

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI  
JILBAB DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)**



**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh**

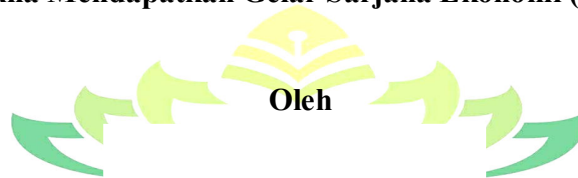
**Evi Khomsatun  
NPM 1251010197  
Jurusan: Ekonomi Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1439 H/2017 M**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI  
JILBAB DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)**

**Skripsi  
Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**



**Evi Khomsatun  
NPM 1251010197**

**Jurusan: Ekonomi Syariah**

**Pembimbing I : Dr. Moh. Bahrudin, M.A  
Pembimbing II : Femei Purnamasari, S.E., M.Si**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1439 H/2017 M**

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah diharamkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang melampaui batas. (QS. Al-Maidah: 87)*



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT  
atas segala rahmat dan hidayahNya  
yang telah memberikan kekuatan,  
kesehatan dan kesabaran untuk saya  
dalam menyusun skripsi ini. Skripsi ini  
saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya, Ayahanda Muklas dan Ibunda tercinta Siti Aisyah, Kakak saya Widodo, Ma'ruf, dan Agus Sodikin yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, serta do'a yang tiada henti agar dapat mencapai kesuksesan.
2. Sahabat-sahabat seperjuangan Sefi Agustin, Istiana Isma, Mayang Sefani Putri, dan Elida Wati, yang memberikan semangat dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini serta teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2012 khususnya kelas E yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.
3. Teman-teman KKN kelompok 77.
4. Almamater UIN Raden Intan Lampung yang selalu saya banggakan yang menjadi tempat menimba ilmu pengetahuan dan memperbanyak teman untuk menjalin silaturahmi.




## **RIWAYAT HIDUP**

Nama lengkap Penulis adalah Evi Khomsatun. Dilahirkan pada tanggal 15 Desember 1993 di Pringsewu. Putri ke empat dari 4 bersaudara, buah perkawinan pasangan Bapak Muklas dan Ibu Siti Aisyah.

Pendidikan dimulai dari Sekolah Dasar Negeri 2 Banyuwangi Pringsewu, tamat pada Tahun 2006. Melanjutkan pendidikan Menengah Pertama pada Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Banyumas Pringsewu, tamat pada Tahun 2009. Melanjutkan pendidikan Menengah Atas pada Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Pringsewu, mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) dan tamat pada Tahun 2012. Pada tahun 2012 melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi, pada Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, mengambil Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI JILBAB DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)”.

Skripsi ini merupakan bagian dan persyaratan menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh Sarjana Ekonomi (S.E). Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, saran, dan kerjasama dari BapakDr. Moh Bahrudin, MA.,dan Ibu Femei Purnamasari, S. E., M. Si beserta berbagai pihak, untuk itu penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menyempurnakan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan ucapan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan kepada :

1. Dr. Moh Bahrudin, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampungdandosen pembimbing I yang telah memberi arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Femei Purnamasari, S. E., M. Si selaku dosen pembimbing I yang meluangkan waktu dan pikiran dalam meberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Bapak dan Ibu Dosen, para Staf Karyawan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam.
4. Pimpinan dan karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam dan Institut yang telah memberikan informasi, data, referensi, dan lain-lain;
5. Sahabat-sahabat almamater tahun 2012 yang selama ini menjadi teman yang baik dalam bertukar informasi, berbagi keluh kesah serta keceriaan.

Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya, penulis mengucapkan terimakasih banyak semoga apa yang telah diberikan menjadi amal yang sholeh dan diberkahi oleh Allah SWT, semoga skripsi ini bermanfaat bagi para akademis dan pembaca.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan waktu, dana, dan kemampuan penulis dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu kepada para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran-saran guna melengkapi hasil penelitian.

Penulis berharap hasil penelitian ini akan menjadi sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu-ilmu keislaman di abad modern ini.

Bandar Lampung, Juli 2017

Penulis,

Evi Khomsatun

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penjelasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	2
C. Latar Belakang Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	9
G. Metode Penelitian.....	10
 <b>BAB II PENDEKATAN TEORITIS DAN ACUAN PUSTAKA</b>	
A. Teori Konsumsi.....	17
1. Pengertian Konsumsi .....	17
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi .....	19
3. Norma, Prinsip, dan Tujuan Konsumsi Dalam Ekonomi Islam.....	25
4. Batasan Konsumsi Dalam Ekonomi Islam .....	37

B. Teori Jilbab Dalam Islam.....	38
1. Pengertian Jilbab Dalam Islam.....	38
2. Dasar Diwajibkannya Memakai Jilbab Dalam Islam.....	39
3. Kriteria Jilbab Dalam Islam.....	41
<b>BAB III PENYAJIAN DATA PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung .....	45
1. Sejarah Berdirinya Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.....	45
2. Visi, misi, dan Tujuan Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.....	47
B. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	49
1. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	49
C. Gambaran Umum Jurusan Ekonomi Syariah .....	51
1. Visi, Misi, dan Tujuan Jurusan Ekonomi Syariah.....	51
D. Identitas Responden.....	53
E. Hasil Jawaban Kuesioner Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Jilbab Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.....	55
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Jilbab Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.....	66
B. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Jilbab Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam .....	72
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Simpulan .....	79
B. Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Kuesioner Penelitian
2. Persentase Jawaban Kuesioner Penelitian
3. Pedoman observasi
4. Contoh Penggunaan Jilbab Yang Dijadikan Sampel
5. Surat Permohonan Izin Pra Riset
6. Surat Izin Pra Riset



## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Penjelasan Judul**

Pada kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami isi dari skripsi ini maka perlu adanya ulasan terhadap penegasan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul skripsi ini. Berdasarkan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kesalahpahaman terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Adapun judul skripsi ini adalah **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI JILBAB DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)”**. Adapun istilah-istilahnya adalah sebagai berikut:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa atau perbuatan untuk mendapatkan faktor yang tepat atau penguraian pokok permasalahan atas bagian-bagian, atau hubungan antara bagian-bagian itu untuk mendapatkan pengertian yang tepat dengan pemahaman secara keseluruhan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), h. 621.

2. Konsumsi adalah kegiatan memanfaatkan, menghabiskan kegunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam upaya menjaga kelangsungan hidup, baik secara berangsur-angsur maupun sekaligus.<sup>2</sup>
3. Jilbab adalah suatu pakaian longgar yang menutupi seluruh tubuh kecuali muka dan telapak tangan.<sup>3</sup>
4. Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.<sup>4</sup>

Berdasarkan dari penjelasan diatas, maka maksud judul skripsi ini adalah analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi jilbab mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Dalam penulisan skripsi ini penulis perlu memaparkan alasan memilih judul, adapun alasan penulis dalam memilih judul ini adalah sebagai berikut:

### **1. Alasan objektif**

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini karena adanya *trend* jilbab yang terus berkembang dikalangan masyarakat yang sangat berpengaruh

---

<sup>2</sup>Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi*, (Jakarta: 2001),h. 92.

<sup>3</sup>M. Quraish Shihab, *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah: Pandangan Ulama Masa Lalu dan Cendikiawan Temporer*, (Jakarta: Lentera Hati), h. 321.

<sup>4</sup>Mustafa Edwin Nasution, *et. al. Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenda Media Group, 2007), h. 15.



terhadap gaya hidup dan pola konsumsi jilbab mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

## 2. Alasan subjektif

Karena judul tersebut sesuai dengan bidang studi yang dipelajari dalam perkuliahan, yakni di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, dan literatur serta bahan-bahan yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini tersedia di perpustakaan sehingga memudahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

## C. Latar Belakang Masalah

Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>5</sup> Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani.<sup>6</sup>

Apabila diperhatikan, belanja pada masa sekarang ini bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja, namun bertukar menjadi suatu kegiatan untuk mencari kepuasan, menyalurkan hobi, dan memenuhi keinginan yang bersifat sementara. Pergeseran perilaku konsumen tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan, tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan suatu sensasi, tantangan, kegembiraan, sosialisasi dan menghilangkan stres. Selain itu memberikan

---

<sup>5</sup>Michael James, *Pembangunan Ekonomi Didunia Ketiga*, (Jakarta: Ghalia, 2001), h. 49.

<sup>6</sup>*Ibid*, h. 51.

pengetahuan baru tentang perkembangan *trend*<sup>7</sup> dan model baru serta untuk menemukan barang yang baik dan bernilai bagi dirinya.<sup>8</sup>

Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model pakaiannya menyesuaikan dengan perubahan hidupnya.<sup>9</sup> Seseorang ingin memaksimalkan tampilannya untuk tampil lebih modis dan terlihat berbeda dari pada yang lainnya, pada akhirnya mereka semakin kecanduan berbagai model busana terbaru, lantas selalu mengupayakan untuk membelinya.<sup>10</sup>

Pola konsumsi masyarakat terhadap kebutuhan berbusana menjadikan *trend* busana di Indonesia menjadi semakin beragam. Keberagaman *trend* busana tersebut berpengaruh pula terhadap pola konsumsi mahasiswa dalam berjilbab. Perilaku konsumsi mahasiswa bisa dilihat dari seberapa banyak mereka menggunakan uangnya untuk memenuhi hasrat berbelanja mereka dan seberapa banyak yang mereka gunakan untuk kebutuhan yang harus dipenuhi. Mahasiswa biasanya mudah terbuju rayuan iklan dan mudah terpengaruh ajakan teman dalam membeli dan memilih jilbab. Mahasiswa putri cenderung mempunyai jiwa yang labil dibanding mahasiswa laki-laki serta merupakan kelompok yang relatif

---

<sup>7</sup>*Trend* adalah suatu sifat yang berarti sedang menjadi bahan pembicaraan banyak orang pada masa kini.

<sup>8</sup> Lydia David, "Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran", *Jurnal E-Biomedik (EBM)*, Vol. 3, No. 1, (Januari-April 2015), h. 43.

<sup>9</sup> Januari Heryanto, "Pergeseran Nilai dan Konsumerisme Ditengah Krisis Ekonomi Di Indonesia", *Jurnal Nirmana*, Vol. 6, No. 1, (Januari 2001), h. 50.

<sup>10</sup> Devi Anandita, "Konsumsi Pada Tanda Fashion Hijab", *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, Vol. 3, No. 1, (2014), h. 1.

n kesan tradisional, monoton dan konvensional  
hanya sekedar menggunakan kain besar yang  
saja memiliki ilham saat ini menjadi lebih kreatif

Jilbab adalah salah satu perintah dalam agama Islam yang diwajibkan bagi wanita memakainya. Seperti firman Allah SWT dalam QS. An-nur ayat 31:

[illegible]

<sup>12</sup>Galuh Endang Pergiawati, "Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Dalam Berjilbab Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman", *Jurnal Psikoborneo*, Vol. 4, No. 3, (2016), h. 494.

<sup>14</sup>*Ibid.*, h. 495.

مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ وَالتَّابِعِينَ لَهُنَّ  
 رِيَّةٍ مِّنَ الرِّجَالِ وَالْأَوْطَافِلِ الَّذِينَ يَتَّبِعُوهَا وَعَلَّعُورَاتٍ اللَّسَاعِ لَا يَصُرُّنَّ إِنَّا تِلْكَ الْفَاحِشَةُ  
 مِمَّا يُخْفِينَ مِنَّا يَتَّبِعُونَ تَوْبُوا إِلَهُ الْجَمِيعِ أَيُّهَا الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka Menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. dan hendakla mereka menutupkan kain kudung kedadanya, dan janganlah Menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita Islam, atau budak- budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, Hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung".<sup>15</sup>

Islam menganjurkan seseorang untuk mencapai kebutuhannya dan bukan memenuhi kepuasan atau keinginan. Karena kepuasan dan keinginan yang kita harapkan bukan berdasarkan apa yang dikonsumsi melainkan kenikmatan yang diberikan oleh Allah SWT kepada hamba-Nya yaitu dengan mensyukuri nikmat yang telah diberikan.<sup>16</sup> Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Tujuan konsumsi dalam Islam bukan hanya untuk memaksimalkan kepuasan (*utility*), seorang konsumen harus mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya.<sup>17</sup>

<sup>15</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya 30 Juz*, (Solo: Qomari Prima Publisher, 2007), h. 493.

<sup>16</sup>Mustafa Edwin Nasution *et. al.*, *Op. Cit.*, h. 68.

<sup>17</sup> Indarti, *et.al.*, "Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Kosmetika Dalam Keputusan Pembelian Produk Pemutih Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Wacana*, Vol. 13, No. 4, (Oktober 2010), h. 607.

Dari hasil observasi penulis melihat bahwa pola konsumsi jilbab mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung telah terpengaruhi oleh *trend* yang sedang berlangsung di masyarakat. Mahasiswi menggunakan jilbab cenderung terpengaruh oleh iklan di media massa seperti instagram, facebook, majalah atau surat kabar, dan lain-lain.

Gaya hidup mahasiswi bisa dilihat dari apa yang mereka pakai, kebiasaan, dan lain-lain. Dalam memilih barang yang akan dikonsumsi, mahasiswi seringkali melakukan pembelian jilbab berdasarkan *trend* yang sedang berkembang. Penilaian bahwa membeli jilbab karena mengikuti *trend* akan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial sehingga menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Selain itu, apabila jilbab tersebut terlihat menarik maka motivasi mahasiswi untuk membeli jilbab akan semakin besar, pada akhirnya pola konsumsi tersebut akan mengarah pada pola konsumsi yang tidak moderat dan juga berlebihan. Pandangan kehidupan seperti ini sangat berbeda dengan konsep nilai Islam. Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat (wajar), tidak berlebihan dan tidak juga keterlaluan, lebih lanjut Al- Qur'an juga melarang terjadinya perbuatan *mubadzir* (menghamburkan harta tanpa guna). Dalam batasan *mubadzir* sendiri, manusia dilarang membelanjakan harta yang dapat menimbulkan kerusakan pada tubuh seperti minuman keras atau narkoba, dan juga membelanjakan harta bukan untuk kebutuhan, tetapi hanya mengikuti hawa nafsu. *Mubadzir* dapat diartikan mempergunakan harta dengan cara yang salah,

yakni hal-hal yang melanggar hukum.<sup>18</sup> Dalam Al- Qur'an dijelaskan dalam QS.

Al-Furqan (67):

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

*Artinya: Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, diantara keduanya secara wajar.<sup>19</sup>*

Sehubungan dengan masalah diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan mengangkat masalah ini sebagai topik di dalam penulisan skripsi yang diberi judul “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI JILBAB DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)**”.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumsi jilbab mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung?

---

<sup>18</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Cetakan I, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004), h. 165.

<sup>19</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, h. 511.

2. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi jilbab mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumsi jilbab mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Untuk mengetahui pandangan Ekonomi Islam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi jilbab mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

#### **F. Manfaat penelitian:**

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan baik secara praktis maupun teoritis, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat praktis

Dapat bermanfaat bagi mahasiswa muslim sehingga mampu menumbuhkan dan meningkatkan keimanan kepada Allah SWT, dan juga menjadi landasan sebagai acuan dalam mengkonsumsi barang diluar kebutuhan pokok yang sesuai dengan syariat Islam khususnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

## 2. Manfaat teoritis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang ilmu Syariah khususnya Ekonomi Syariah terutama dalam hal konsumsi Islam dan dapat di jadikan sebagai rujukan dan referensi bagi mahasiswa Ekonomi Syariahselanjutnya apabila ingin meneliti permasalahan pola konsumsi dengan kasus yang berbeda.

## G. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian supaya memperoleh data-data yang akurat. Yaitu:

### 1. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam skripsi ini mengambil lokasi di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung yang beralamat di JL. Let. Kol. Hi. Endro suratmin sukarama 1 Telp Fax (0721) 703289 Bandar Lampung 35131. Hal ini dikarenakan seluruh mahasiswa yang kuliah di kampus ini mengenakan jilbab. Sehingga nantinya dalam pemilihan lokasi ini, akan membantu peneliti dalam menemukan sumber data yang nyata dan relevan untuk penelitiannya.

### 2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dalam metode kualitatif ini penelitian dilakukan dengan penelitian



lapangan (*field research*), yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis/lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>20</sup> Disini penulis melakukan penelitian lapangan dengan mengukur gaya hidup mahasiswi yang akan diamati berdasarkan konsumsi yang dilakukan dalam berjilbab.

### 3. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Biasanya dalam penelitian yang bersifat *field research* data penelitian berupa data primer dan sekunder.

#### a) Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti wawancara atau hasil pengisian kuesioner.<sup>21</sup> Dengan demikian, dalam hal ini data primer diperoleh dari hasil observasi dan kuesioner kepada narasumber yaitu mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2013 – 2016 UIN Raden Intan Lampung yang telah ditentukan sebelumnya.

#### b) Data Sekunder

Merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Data

---

<sup>20</sup>Husein umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Cetakan II, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 80.

<sup>21</sup>*Ibid*, h. 82.

sekunder disajikan antara lain dalam bentuk tabel-tabel dan diagram-diagram. Data sekunder yang didapat dalam penyusunan skripsi ini berupa data yang diperoleh dari berbagai sumber yang berkaitan, dapat melalui buku-buku, literatur, artikel yang didapat dari website, maupun sumber lain yang terkait dengan penelitian ini dan mampu untuk dipertanggungjawabkan.<sup>22</sup>Data sekunder dapat berupa arsip,buku ataupun yang lain, semisal data tentang Fakultas Ekonomidan Binis Islam maupun data mahasiswi yang akan menjadi narasumber/responden.

c) Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian kualitatif,bisa digunakan beberapa teknik diantaranya:

1) Observasi

Metode observasi adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.<sup>23</sup>Observasi langsung dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsung peristiwa, sehingga peneliti beradabersama objek yang diselidiki. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari tahu dan mengamati bagaimana konsumsi yang dilakukan mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi

---

<sup>22</sup>*Ibid*, h. 83.

<sup>23</sup>Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta:Ghalia Indonesia,2009), h. 175.

dan Bisnis Islam angkatan 2013 – 2016 UIN Raden Intan Lampung dalam berjilbab.

## 2) Metode Kuesioner

Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti.<sup>24</sup> Menurut prosedurnya, penelitian ini menggunakan angket langsung, angket langsung yaitu angket yang dikirimkan kepada responden dan dijawab oleh responden. Menurut jenisnya, penelitian ini menggunakan tipe pertanyaan tertutup dan bentuk pertanyaan dua pilihan, pertanyaan ini dirancang untuk menjaring jawaban yang telah disediakan pilihan jawabannya. Disini responden diberikan pertanyaan dengan satu kemungkinan jawaban antara “iya” atau “tidak”.<sup>25</sup>

## 3) Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.<sup>26</sup> Adapun jenis dokumentasi ini adalah dokumen yang berupa tulisan yang meliputi data tentang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, data mahasiswa, artikel, dan catatan yang relevan dengan penelitian.

---

<sup>24</sup>Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 76.

<sup>25</sup>M. Toha Anggoro, *et. al.*, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2009), h. 5.7.

<sup>26</sup>Prabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 206.

#### 4. Populasi dan sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian.<sup>27</sup>Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islamangkatan 2013 -2016 Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung yang berjumlah 816 orang.

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang memeberikan keterangan atau data yang diperlukan dalam penelitian.<sup>28</sup>Dalam penelitian inimetode yang digunakan adalah sampel nonprobabilitas dengan teknik sampelpurposif. Sampel nonprobabilitas mengandung pengertian bahwa anggota populasi tidak diberi peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih atau diadikansampel, peneliti memilih sampel hanya dengan pertimbangan tertentu. Sampel purposif adalah sampel yang anggota sampelnya dipilih secara sengaja atas dasar pengetahuan penulis. <sup>29</sup>Pertimbangan yang dimaksud adalah mahasiswi yang berpenampilan *fashionable* atau modis.Mahasiswi yang *fashionable* adalah mahasiswi yang memakai pakaian dan kerudung dengan dengan berbagai model seperti apa yang ditampilkan di media massa seperti instagram, facebook, majalah atau surat kabar, tayangan acara televisi, dan lain-lain.<sup>30</sup>Ada 4 gaya busana muslim di indonesia, yaitu syari

---

<sup>27</sup>Soeratno, Lincolin Arsyad, *Metodologi Peneitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008), h. 71.

<sup>28</sup>M. Toha Anggoro, *et. al, Op. Cit.*, h. 4.3.

<sup>29</sup>M. Toha Anggoro, *et. al, Op. Cit.*, h. 4.9.

<sup>30</sup>Sri Budi Lestari, "Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Dikalangan Mahasiswa", *Jurnal Pengembangan Humaniora*, Vol. 14, No. 3, (Desember 2014), h. 225.

konvensional, syari moderen, modest konvensional, dan modest moderen. *Trend* atau mode hijab saat ini adalah busana dan kerudung dengan berbagai motif, seperti motif *printing*, motif bunga, motif *tie dye*, etnik, polkadot, dan berbagai motif lainnya yang semakin menarik dengan berbagai pemilihan warna yang cerah maupun dengan warna pastel, serta dengan berbagai jenis pemilihan kain seperti kain sifon, ceruti, jersey, katun, kain sateen, maxmara, dan lain-lain.<sup>31</sup>

Pemilihan sampel penelitian menggunakan rumus slovin seperti dikutip dalam buku V. Wiratna Sujarweni adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana:

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Populasi

$e$  = Persentase tingkat kesalahan (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1).<sup>32</sup>

Berdasarkan rumus diatas, sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{816}{1 + (816 \times 0,1^2)} = 89,08$$

<sup>31</sup>IndonesiaTrend Forecasting, *Modest Fashion Greyzone Trend Forecasting 2017 – 2018*, (Jakarta:BEKRAF, 2017), h. 8.

<sup>32</sup>V. WiratnaSujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 82.

Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut, maka sampel dalam penelitian ini adalah 89 responden.

## 5. Teknik Analisis Data

Untuk memperoleh hasil akhir dari data yang telah terkumpul penulis menggunakan analisis secara deskriptif kualitatif. Pada penelitian kualitatif kegiatan analisis data merupakan bagian integral dari pengumpulan data di lapangan. Analisis deskriptif kualitatif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Kemudian dibuat analisa yang menghubungkan analisa tersebut dengan teori-teori ilmu hukum yang ada sehingga dapat ditarik kesimpulan.<sup>33</sup> Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah berlandaskan metode analisis yang menggunakan cara berfikir induktif. Analisis induktif adalah suatu proses pemahaman yang didasarkan pada informasi/data dan fakta dari lapangan dan kemudian mencoba mensistensikannya kedalam beberapa kategori atau mencocokkannya dengan teori yang ada.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup>*Ibid*, h. 89.

<sup>34</sup>M. Toha Anggoro, *et. al*, *Op. Cit.*, h. 6.18.

## BAB II

### PENDEKATAN TEORITIS DAN ACUAN PUSTAKA

#### A. Teori Konsumsi

##### 1. Pengertian Konsumsi

Konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>35</sup> Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun, tujuannya adalah untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Konsumsi secara umum diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia.<sup>36</sup>

Menurut Yusuf Qardhawi konsumsi adalah pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan kehidupan manusia yang aman dan sejahtera.<sup>37</sup> Konsumsi menurut Abu Abdilah Muhammad Bin Al-Hasan Bin Farqad Al-Syaibani adalah apabila manusia telah merasa cukup

---

<sup>35</sup>Michael James, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, (Jakarta:Ghalia,2001), h. 49.

<sup>36</sup>Arif Pujiyono, "Teori Konsumsi", *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 3, No. 2, (Desember 2006), h. 196.

<sup>37</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Konsumsi Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin dan Dahlia Husin, (Gema Insani Press, 1997), h. 137.

dari apa yang dibutuhkan kemudian bergegas pada kebajikan, sehingga mencurahkan perhatiannya pada urusan akhiratnya adalah lebih baik bagi mereka. Dalam hal ini diartikan bahwa seorang muslim berkonsumsi dalam kondisi yang cukup, bukan kondisi meminta-minta.<sup>38</sup>

Pola konsumsi secara sederhana didefinisikan sebagai bagaimanaseseorang hidup (*how one lives*), termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya.<sup>39</sup> Pola konsumsi menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Pola konsumsi dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Kebutuhan pada umumnya tetap seumur hidup, setelah sebelumnya dibentuk dimasa kecil. Perubahan ini bisa terjadi karena nilai-nilai yang dianut konsumen yang berubah akibat pengaruh lingkungan.<sup>40</sup>

Dilihat dari beberapa definisi diatas, maka definisi konsumsi adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam memanfaatkan, menggunakan, dan menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya demi menjaga kelangsungan hidup. Sedangkan pola konsumsi adalah suatu cara atau usaha yang dilakukan

---

<sup>38</sup> Adiwarman Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 260-261.

<sup>39</sup> Yuliana, "Analisis Pola Konsumsi Keluarga Miskin Di Kota Medan", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 2, (2014), h. 44.

<sup>40</sup> Atina Shofawati, "Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Universitas Airangga", *Jurnal JSTT*, Vol. 2, No. 3, (Juli 2015), h.570.



oleh manusia dalam menggunakan uang dan waktunya untuk melakukan kegiatan konsumsi.

## 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengukur pola konsumsi jilbab mahasiswi dengan menggunakan indikator faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Philip Kotler.

Philip Kotler mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.<sup>41</sup>

### a. Faktor kebudayaan

Budaya merupakan yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya mengacu pada seperangkat nilai, gagasan, artefak, dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran, dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat.<sup>42</sup> Faktor budaya merupakan segala nilai, pemikiran, simbol, yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang. Budaya memiliki lima dimensi yang diekspresikan dalam perilaku komunitasnya, yaitu:

---

<sup>41</sup>Indah Haryani, Jhon Herwanto, "Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi", *Jurnal Psikologi*, Vol. 11, No. 1, (Juni 2015), h. 5-6.

<sup>42</sup>James F, Engel, *et. al*, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), h.69.

- 1) Dimensi Materialistik. Dimensi ini menentukan materi atau teknologi yang dibutuhkan seseorang untuk mengupayakan kehidupan.
- 2) Dimensi institusi sosial. Adanya *keguyuban* dalam keluarga, adanya kelas sosial dan bagaimana orang menjadi konsumen yang baik, semua itu merupakan dimensi institusi sosial dan budayanya.
- 3) Dimensi hubungan antara manusia dengan alam semesta. Termasuk dalam dimensi ini adalah sistem keyakinan, agama, dan nilai-nilai. Misalnya nilai-nilai pernikahan di negara barat beda dengan negara timur.
- 4) Dimensi estetik. Termasuk dalam dimensi ini adalah kesenian tulis dan bentuk (ukir, pahat), kesenian rakyat, musik, drama dan tari.
- 5) Bahasa. Termasuk di dalamnya adalah bahasa verbal dan non verbal, yang merupakan sarana yang efektif dalam komunikasi pemasaran.<sup>43</sup>

b. Faktor sosial

Faktor sosial terdiri dari kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status.

1) Kelompok acuan

Kelompok referensi seseorang yang terdiri dari semua kelompok, yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya *kelompok primer*, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan seperti keluarga, teman,

---

<sup>43</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi V, Jilid I, (Jakarta:Erlangga,1990), h. 180.

tetangga, dan teman sejawat. *Kelompok sekunder* yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.<sup>44</sup>

## 2) Keluarga

keluarga dalam budaya yang cenderung kolektif sangat menentukan perilaku, pilihan produk dan aktifitas pembelian. Dari keluarganya seorang anak belajar dan bersosialisasi untuk menjadi konsumen kelak di kemudian hari.<sup>45</sup>

## 3) Peran dan status

Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Peran meliputi kegiatan yang dilakukan oleh seseorang, masing-masing peran menghasilkan status.<sup>46</sup>

## c. Faktor Pribadi

Faktor pribadi terdiri dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian.

### 1) Usia dan tahap siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya

<sup>44</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta:Kencana, 2003), h. 11.

<sup>45</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 9.

<sup>46</sup>*Ibid*, h. 10.

mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.<sup>47</sup> Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka belisepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akanberubah sesuai dengan usia.

## 2) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi pola konsumsinya. Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda tentunya akan mempunyaikebutuhan yang berbeda pula. Dan hal ini dapat menyebabkanseseorang berkonsumi untuk menyesuaikan diridengan pekerjaannya.

## 3) Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang akan besar pengaruhnyaterhadap pilihan produk. Keadaan ekonomi seseorang terdiri daripendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatannya, kestabilannya,dan pola waktu), tabungan dan milik kekayaan, kemampuanmeminjam, dan sikapnya terhadap pengeluaran lawan menabung.

## 4) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang.Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan.Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup>Bilson Simamora, *Op. Cit.*, h. 10.

<sup>48</sup>Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h. 53.

## 5) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian berkaitan dengan adanya perbedaan karakteristik yang paling dalam pada diri manusia, perbedaan karakteristik tersebut menggambarkan ciri unik dari masing-masing individu. Perbedaan karakteristik akan mempengaruhi respon individu terhadap lingkungannya secara konsisten. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan ciri-ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, perbedaan, kondisi sosial, dan kemampuan beradaptasi.<sup>49</sup>

### d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap.

#### 1) Motivasi

Motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.<sup>50</sup> Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

---

<sup>49</sup>Abdul Muntholip, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Kajian KeIslaman dan Pendidikan*, Vol.1, No.1, (April 2012), h. 42-43.

<sup>50</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta:Ghalia Indonesia, 2011), h. 11-12.

## 2) Persepsi

Persepsi konsumen adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya.<sup>51</sup>

## 3) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.<sup>52</sup> Keyakinan berdasarkan pengetahuan, pendapat, atau kepercayaan yang akan membentuk citra produk dan merek, konsumen akan bertindak sesuai citra tersebut. Melalui tindakan dan proses belajar, orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku pembeli.

Dalam berkonsumsi, individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya diantara dua keadaan. Kita sering kali melihat perbedaan karakteristik manusia dalam berpikir, berkata dan bertindak. Karakter manusia A tidak sama persis dengan karakter manusia B dan belum tentu persis dengan karakter manusia C apalagi manusia D. Dalam mengenal konsumen kita perlu mempelajari perilaku konsumen sebagai perwujudan dari

180. <sup>51</sup> Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 179-

<sup>52</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 97.

seluruh aktivitas jiwa manusia itu sendiri. Menganalisis perilaku konsumen akan lebih mendalam dan berhasil apa bila kita dapat memahami aspek-aspek psikologis manusia secara keseluruhan. Kemampuan dalam menganalisis perilaku konsumen berarti keberhasilan dalam menyalami jiwa konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Oleh sebab itu, penulis mengukur pola konsumsi jilbab mahasiswa dengan menggunakan indikator faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Philip Kotler seperti yang telah dijelaskan diatas.

### **3. Norma, Prinsip, dan Tujuan Konsumsi Dalam Ekonomi Islam**

Menurut Islam anugerah-anugerah Allah adalah milik semua manusia. Semua hal yang menyebabkan sebagian diantara anugerah-anugerah itu berada di tangan orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan anugerah-anugerah tersebut untuk diri mereka sendiri. Selain itu, perbuatan untuk memanfaatkan atau mengkonsumsi barang-barang yang baik itu sendiri dianggap sebagai kebaikan dalam Islam. Sebab kenikmatan yang dicipta Allah untuk manusia adalah ketaatan kepada-Nya.<sup>53</sup>

Islam sebagai *rahmatan lil alamin* menjamin agar sumberdaya dapat terdistribusi secara adil. Salah satu upaya untuk menjamin keadilan distribusi sumberdaya adalah mengatur bagaimana pola konsumsi sesuai dengan syariah

---

<sup>53</sup>Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 92.

Islam yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an.<sup>54</sup> Dalam mengonsumsi barang atau jasa sebaiknya secukupnya saja dan jangan berlebihan. Islam mengajarkan bahwa manusia selama hidupnya akan mengalami tahapan-tahapan dalam kehidupannya yaitu tahapan dunia dan akhirat. Oleh karena itu Islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Hal ini berarti pada saat seseorang melakukan konsumsi harus memiliki nilai antara dunia dan akhirat.

Yusuf Qardhawi menyatakan ada 3 norma dasar yang hendaknya menjadi landasan dalam perilaku konsumen muslim yaitu:

- a. Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir.

Harta diberikan Allah kepada manusia seharusnya digunakan untuk kemaslahatan manusia sendiri serta sebagai sarana beribadah kepada Allah. Dalam memanfaatkan harta ini, sasarannya dikelompokkan menjadi 2 yaitu pemanfaatan harta untuk *fi Sabilillah* dan pemanfaatan harta untuk diri sendiri dan keluarga.

- b. Tidak melakukan kemubadziran

Seorang muslim selalu dianjurkan agar tidak berlebihan dalam membelanjakan hartanya dan mengarahkan berbelanja untuk kebutuhan yang bermanfaat. Sikap ini dilandasi oleh keyakinan bahwa manusia harus mempertanggung jawabkan harta di hadapan Allah.

---

<sup>54</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Cetakan I, (Yogyakarta: BPF EYogyakarta, 2004), h. 173.



c. Kesederhanaan

Sikap hidup yang sederhana mengatur perilaku manusia agar bersikap tidak berlebih-lebihan, sikap berlebihan ini mengandung arti melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu, atau sebaliknya terlampau kikir sehingga justru menyiksa diri sendiri.<sup>55</sup>

Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia, sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun sosial. Setiap barang (yang halal) dikonsumsi manusia ada batasnya, jangan sampai berlebih-lebihan. Konsumsi berlebih-lebihan merupakan ciri masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, yang dalam Islam disebut dengan istilah *Israf* (pemboros) atau *Tazbir* (menghambur-hamburkan tanpa guna).<sup>56</sup> Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dengan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan sebagaimana dalam Surat Al-Isra ayat 27 yaitu:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

---

<sup>55</sup>Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, (Jakarta:Robbani Press, 1997), h. 209.

<sup>56</sup>Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.

*Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*<sup>57</sup>

Adapun dalam etika konsumsi Islam harus memperhatikan beberapa hal, di antaranya adalah:

- a. Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal (*halalan thoyyiban*). Sebagaimana firman Allah SWT: QS. Al-Maidah ayat 87 yang berbunyi:

  
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ  
الْمُعْتَدِينَ

*Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang melampaui batas.*<sup>58</sup>

Adapun dalam hal halal ataupun haram dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu:

- 1) Zat, artinya secara materi barang tersebut telah disebutkan dalam hukum Syari'ah.
  - a) Halal, dimana asal hukum makanan adalah boleh kecuali yang dilarang.
  - b) Haram, dimana hanya beberapa jenis makanan yang dilarang seperti babi, darah.

---

<sup>57</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, h. 388.

<sup>58</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, h. 162.

- 2) Proses, artinya dalam prosesnya telah memenuhi kaidah proses Syari'ah, misalnya:
- a) Sebelum makan membaca basmalah, selesai hamdalah, menggunakan tangan kanan dan bersih.
  - b) Cara mendapatkannya tidak dilarang, riba, menipu, merampas, dan mengurangi timbangan.
  - b. Kemanfaatan/kegunaan barang yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya maupun orang lain.
  - c. Kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak kurang (kikir/bakhlil), tapi pertengahan, dan ketika kekurangan harus sabar dan merasa cukup dengan apa yang dimilikinya.<sup>59</sup>

Ada beberapa prinsip konsumsi bagi seorang muslim. Prinsip-prinsip tersebut antara lain:

a. Prinsip syariah

1) Memperhatikan tujuan konsumsi

Perilaku konsumsi muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dari konsumsi barang, melainkan berfungsi ibadah dalam rangka mendapat ridha Allah SWT. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-An'am Ayat 162:

---

<sup>59</sup> Arif Pujiyono, *Op. Cit.*, h. 200.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

*Artinya: Katakanlah (Muhammad), “sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidup, dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam ”.*<sup>60</sup>

## 2) Memperhatikan kaidah ilmiah

Dalam berkonsumsi, seorang muslim harus memperhatikan prinsip kebersihan. Prinsip kebersihan mengandung arti barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran maupun penyakit, demikian juga harus menyehatkan, bernilai gizi, dan memiliki manfaat tidak memiliki kemudharatan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 172:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rizki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.*<sup>61</sup>

## 3) Memperhatikan bentuk konsumsi

Dari konsep ini, fungsi konsumsi muslim berbeda dengan prinsip konvensional yang bertujuan kepuasan maksimum (*maximum utility*), terlepas dari keridhaan Allah atau tidak, karena pada hakekatnya teori konvensional tidak mengenal Tuhan.

---

<sup>60</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, h. 201.

<sup>61</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, h. 32.

b. Prinsip kuantitas

1) Sederhana, tidak bermewah-mewahan

Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi yang wajar adalah sederhana. Maksudnya, berada di antara boros dan pelit. Kesederhanaan ini merupakan salah satu sifat hamba Allah yang maha pengasih, seperti yang disebutkan dalam firman-Nya, surat Al-Furqan ayat 67:

  
وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, diantara keduanya secara wajar.<sup>62</sup>

2) Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi

Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi adalah hal yang sesuai dengan fitrah manusia dan realita. Karena itu, salah satu aksiomatik ekonomi adalah bahwa pemasukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen individu. Di mana permintaan menjadi bertambah jika pemasukan bertambah, dan permintaan menjadi berkurang jika pemasukan menurun disertai tetapnya faktor-faktor yang lain.

---

<sup>62</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, h. 511.

c. Prinsip prioritas

Prioritas atau urutan konsumsi dalam mengalokasikan harta menurut syariat Islam, antara lain untuk nafkah diri, istri, dan saudara/kerabat, dan Untuk memperjuangkan agama Allah. Di antara karunia Allah yang diberikan kepada hamba mukmin-Nya adalah karunia berupa harta dan adanya semangat untuk membelanjakan harta itu di jalan yang dibenarkan oleh syari'at. Di antara jalan yang dibenarkan syari'at adalah membelanjakan harta di jalan Allah.

d. Prinsip moralitas

Perilaku konsumsi seorang muslim dalam berkonsumsi juga memerhatikan nilai prinsip moralitas, di mana mengandung arti ketika berkonsumsi terhadap suatu barang, maka dengan rangka menjaga martabat manusia yang mulia, berbeda dengan makhluk Allah lainnya, sehingga dalam berkonsumsi harus menjaga adab dan etika (tertib) yang disunahkan oleh Nabi Muhammad SAW.<sup>63</sup>

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang maupun jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Secara umum

---

<sup>63</sup>Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Erlangga, 2012), h. 93-99.

pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual, ataupun material. Sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya.<sup>64</sup>

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang maupun jasa yang halal dan baik secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap diperbolehkan selama hal itu mampu menambah *maslahah* atau tidak mendatangkan *mudharat*.<sup>65</sup>

Dalam Islam tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Karena sesungguhnya mengonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah. Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah.<sup>66</sup>

Tujuan konsumsi Islam adalah mencari *maslahah*, sesuai dengan rasional Islami bahwa setiap perilaku ekonomi selalu ingin meningkatkan *maslahah* yang diperolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang

---

<sup>64</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Depok: Raja Grafindo Persada), 2013, h. 130.

<sup>65</sup>*Ibid*, h. 131.

<sup>66</sup>Aisa Manilet, “Kedudukan Masalah dan Utility Dalam Konsumsi (Maslahah Versus Utility)”, *Jurnal Tahkim*, Vol. 11, No. 1, (Juni 2015), h. 98

adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah SWT. *Maslahah* adalah suatu yang dapat memberikan keputusan karena kandungan *maslahah* adalah terdiri dari manfaat dan berkah. Tujuan lain konsumsi seorang muslim adalah untuk mencari kesuksesan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat dalam bingkai moral Islam.<sup>67</sup> Oleh karena itu, semua barang dan jasa yang memiliki *maslahah* akan dikatakan menjadi kebutuhan manusia.

Imam Syathibi menggunakan istilah *maslahah* yang maknanya lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminologi istilah ekonom konvensional. *Maslahah* merupakan tujuan hukum *syara'* yang paling utama. Menurut Imam Syathibi, *maslahah* merupakan sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. Tujuannya bukan hanya kepuasan di dunia tetapi juga kesejahteraan di akhirat. Semua aktifitas tersebut, yang memiliki *maslahah* bagi umat manusia, disebut *need* atau kebutuhan, dan semua kebutuhan ini harus dipenuhi, usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.<sup>68</sup>

Seorang konsumen muslim akan merasakan kepuasan apabila kegiatan konsumsinya menimbulkan suatu *maslahah* yang didalamnya mengandung manfaat dan berkah. *Maslahah* tidak saja berisi manfaat dari barang yang

---

<sup>67</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Op. Cit.*, h. 129.

<sup>68</sup>Aisa Manilet, *Op. Cit.*, h. 131.



dikonsumsi saja, namun juga terdiri dari berkah yang terkandung dalam barang tersebut. Konsep *masalahah* secara terperinci dengan menyimpulkan tiga persepsi yang membentuk *masalahah* yaitu tolak *mudharat*, persepsi kebutuhan Islami, dan persepsi *mardhatillah*. Persepsi tolak *mudharat* berarti kegiatan konsumsi seorang konsumen muslim akan menghindari hal-hal yang akan mendatangkan *mudharat* dengan memperhitungkan halal dan haram, baik dan buruknya barang yang akan dikonsumsi. Persepsi kebutuhan Islami berarti seorang muslim akan melakukan kegiatan ekonomi sesuai kebutuhannya bukan pada keinginan dan nafsu. Persepsi *mardhatillah* menggambarkan tingkat kepuasan pada hal yang bersifat *nonmateriil* yang berbentuk pengharapan dicintai oleh Allah SWT.<sup>69</sup> Artinya ketika seorang muslim melakukan kegiatan konsumsi dengan memperhatikan ketiga persepsi ini, maka ia akan memperoleh kepuasan dalam kegiatan konsumsinya yang mana ia tidak hanya memperoleh kepuasan di dunia tetapi ia pula akan memperoleh kepuasan di akhirat kelak. Adapun sifat-sifat *masalahah* sebagai berikut:

- a. *Maslahah* bersifat subjektif dalam arti bahwa sifat individu menjadi hakim bagi masing-masing dalam menentukan apakah suatu perbuatan merupakan suatu *masalahah* atau bukan bagi dirinya. Misalnya, bila seseorang mempertimbangkan bunga bank memberikan *masalahah* bagi

---

<sup>69</sup>Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, (Jakarta: Prenadamedia Group), h. 186.

diri dan usahanya, namun syariah telah menetapkan keharaman bunga bank, maka penilaian individu tersebut menjadi gugur.

- b. *Maslahah* orang perorangan akan konsisten dengan *maslahah* orang banyak. Konsep ini sangat berbeda dengan konsep *pareto optimum*, yaitu keadaan optimal di mana seseorang tidak dapat meningkatkan tingkat kepuasan atau kesejahteraannya tanpa menyebabkan penurunan kepuasan kesejahteraan orang lain.
- c. Konsep *maslahah* mendasari semua aktivitas ekonomi dalam masyarakat, baik itu produksi, konsumsi, maupun dalam pertukaran dan distribusi.<sup>70</sup>

Kandungan *maslahah* terdiri dari manfaat dan berkah, demikian pula dalam perilaku konsumsi, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya suatu manfaat dari kegiatan konsumsi ketika ia mendapat pemenuhan kebutuhan fisik atau material. Disisi lain, berkah diperolehnya ketika ia mengkonsumsi barang maupun jasa yang dihalalkan oleh syari'at Islam. Mengonsumsi yang halal saja merupakan kepatuhan kepada Allah SWT, karenanya memperoleh pahala. Pahala inilah yang kemudian dirasakan sebagai berkah dari barang maupun jasa yang dikonsumsi.<sup>71</sup>

Berdasarkan pemaparan teori-teori diatas, etika konsumsi dalam Islam mengutamakan *mashlahah*/manfaat dan menghindari *israf* (pemborosan)

---

<sup>70</sup>Mustafa Edwin Nasution, *et. al. Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenda Media Group, 2007), h. 63.

<sup>71</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Op. Cit.*, h. 129.

ataupun *tabzir* (menghambur-hamburkan) uang/harta tanpa guna. Konsumsi merupakan seruan dari Allah kepada manusia untuk hidupnya di dunia ini agar dapat menjalankan perannya sebagai *khalifah* di bumi. Sehingga segala hal yang kita lakukan di dunia ini tidak terlepas dari aturan-aturan Islam.

#### 4. Batasan Konsumsi Dalam Ekonomi Islam

Secara hirarkisnya, kebutuhan manusia meliputi: keperluan, kesenangan, kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah dan sederhana. Bukan hanya aspek halal-haram saja yang menjadi batasan konsumsi dalam Syari'ah Islam. Di dalam Islam terdapat dua macam pembatasan dalam menggunakan harta. Yaitu:

##### a. Batasan dalam segi kualitas

Hal ini berkaitan dengan larangan membelanjakan harta untuk mendapatkan barang yang memabukkan dan menimbulkan kerusakan pada tubuh dan akal, seperti minuman keras dan narkoba.

##### b. Batasan dalam segi kuantitas

Manusia tidak boleh terjerumus dalam kondisi “besar pasak dari pada tiang”, yaitu pemasukan lebih kecil dari pada pengeluaran, apalagi untuk hal-hal yang tidak mendesak.<sup>72</sup>

Batasan konsumsi dalam syari'ah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja. Tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Pelarangan

---

<sup>72</sup>Yusuf Qardhawi, *Op. Cit.*, h. 158.

atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab. Pengharaman untuk komoditi karena zatnya dikarenakan memiliki keterkaitan langsung yang dapat membahayakan terhadap fisik, moral maupun spiritual, serta keharaman yang disebabkan karena menggunakan cara yang bathil untuk mendapatkannya yang dapat membahayakan dirinya dan merugikan orang lain.

## **B. Teori Jilbab Dalam Islam**

### **1. Pengertian Jilbab Dalam Islam**

Jilbab berasal dari bahasa Arab *jalaba*, bentuk jamaknya *jalabib*, yang artinya pakaian lapang, dapat menutup aurat wanita, kecuali muka dan telapak tangan.<sup>73</sup> Menurut Abu Su'ud jilbab adalah pakaian yang lebih luas dari pada kerudung, tetapi bukan selendang, yang dipergunakan oleh wanita untuk menutup kepala dan selebihnya untuk menutupi dadanya.<sup>74</sup> Menurut Al-Biqai yang dikutip oleh Quraish Shihab dalam bukunya "*Tafsir Al-Mishbah vol 11*" menjelaskan bahwa jilbab adalah baju yang longgar atau kerudung penutup kepala wanita, atau pakaian yang menutupi baju dan kerudung yang dipakai atau semua pakaian yang menutupi wanita.<sup>75</sup>

---

<sup>73</sup>Abu Fathan, *Panduan Wanita Sholihah*, (Asaduddin Press, 1992), h. 6.

<sup>74</sup>Mu'amal Hamidy, Imron A. Manan, *Tafsir Ayat Ahkam As-Shabumi*, Jilid III, (Surabaya: Bina Ilmu, 1994), h. 8.

<sup>75</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah vol 11*, (Jakarta: Lentera Hati, 2005), h. 320.

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, pengertian jilbab adalah kerudung lebar yang dipakai wanita muslimah untuk menutupi kepala dan leher sampai dada.<sup>76</sup> Jilbab adalah lebih sempurna daripada menggunakan kata *Al- khimar* (penutup kepala/kerudung) karena meliputi seluruh badan perempuan dan menutupi semua bagian atas tubuhnya termasuk perhiasan atau sesuatu yang melukiskan bentuk badannya.<sup>77</sup>

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa jilbab adalah pakaian maupun penutup kepala/kerudung yang dapat menutupi aurat wanita mulai dari kepala, leher, dada dan seluruh tubuh.

## 2. Dasar Diwajibkannya Memakai Jilbab Dalam Islam

Perintah berjilbab ini adalah seiring dengan perintah dan seruan menutup aurat. Sebab pada dasarnya perintah berjilbab adalah perintah untuk menutup aurat seorang wanita, yang apabila tidak dijaga (dibiarkan terbuka) maka akan mengakibatkan fitnah yang besar, dan akan timbul bencana perzinahan.<sup>78</sup> Perintah berjilbab ini dapat dilihat dan disimak dalam kitab suci Al- Qur'an surat Al-Ahzab ayat 59:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّلزَّوْجِكِ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِن جَلَابِيزٍ ذٰلِكَ اَدْنٰى اَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذٰى ۗ وَكَانَ اللّٰهُ عَفُوًّا رَّحِيْمًا

---

<sup>76</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h.473.

<sup>77</sup>Ibrahim bin Fathi bin Abd Al- Muqtadir, *Op. Cit.*, h. 6.

<sup>78</sup>Abu Mujadiddul, *Memahami Aurat dan Wanita*, (Perpustakaan Nasional Lumbung Insani, 2011) h. 49.

*Artinya: Hai nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka, yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu, dan Allah adalah Maha pengampun lagi Maha penyayang".*<sup>79</sup>

Dalam ayat tersebut Allah memerintahkan kepada Nabi-Nya agar memerintahkan kepada istri-istri dan anak perempuannya untuk senantiasa berjilbab, ayat tersebut tidak hanya ditujukan kepada Nabi, tetapi juga kepada seluruh kaum wanita yang mengaku dan telah mengikrarkan keislamannya (bersyahadat). Sedangkan mengulurkan jilbab yang dimaksud dalam ayat ini jika yang dimaksudkan adalah baju maka menutup tangan dan kakinya, kalau yang dimaksud adalah kerudung adalah membuatnya longgar sehingga menutupi dadanya.<sup>80</sup> Adapun tujuan diperintahkannya berjilbab adalah:

- a. Supaya mereka lebih dikenal sebagai wanita baik-baik, merdeka, dan telah berkeluarga.
- b. Supaya mereka tidak diganggu, tidak disakiti dan diperlakukan tidak senonoh oleh laki-laki.
- c. Untuk membendung terjadinya perbuatan yang diharamkan. Perintah berjilbab itu disampaikan kepada seluruh kaum wanita muslimah, apakah ia yang tergolong bangsawan ataupun rakyat jelata, cantik atau jelek, kaya

---

<sup>79</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, h. 603.

<sup>80</sup>M. Quraish Shihab, *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah: Pandangan Ulama Masa Lalu dan Cendekiawan Temporer*, (Jakarta: Lentera Hati, 2004), h. 321.

atau miskin. Wanita muslimah yang sudah cukup umur (baligh) berkewajiban untuk berjilbab.<sup>81</sup>

Sesungguhnya Islam telah membuat perbedaan yang jelas antara laki-laki dan perempuan. Oleh karena itu perlu adanya jilbab yang melindungi wanita dari pandangan laki-laki yang tidak berhak melihat auratnya. Jilbab bertujuan untuk memelihara kehormatan, kesucian, dan martabat kaum wanita.

### 3. Kriteria Jilbab Dalam Islam

Kriteria jilbab bukanlah berdasarkan kepantasan dan mode yang sedang *trend*, tetapi kriteria jilbab telah diatur dan dirancang dalam Islam. Islam telah memberikan rancangan dan desain atau persyaratan terhadap pakaian yang dipakai wanita muslimah. Adapun beberapa syarat-syarat jilbab adalah sebagai berikut:

- a. Busana yang menutupi seluruh tubuh selain yang dikecualikan syarat.

Dalam hal ini kriteria jilbab yang diwajibkan menurut Al-Qur'an adalah menutup seluruh badan kecuali wajah dan telapak tangan.

- b. Bukan berfungsi sebagai perhiasan.

Jika busana (jilbab) sudah berubah fungsi menjadi hiasan, maka ia tidak boleh dipakai dan tidak dapat dinamakan jilbab, karena jilbab adalah busana yang menutupi perhiasan (aurat) dari pandangan orang lain. Dalam Al-Qur'an Surat Al-ahzab ayat 33 telah dijelaskan:

---

<sup>81</sup> Abu Mujadiddul, *Op. Cit.*, h. 50.

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَىٰ وَأَقِمْنَ الصَّلَاةَ وَآتِينَ الزَّكَاةَ وَأَطِعْنَ

اللَّهَ وَرَسُولَهُ إِنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيُذْهِبَ عَنْكُمُ الرِّجْسَ أَهْلَ الْبَيْتِ وَيُطَهِّرَكُمْ تَطْهِيرًا

*Artinya: Dan hendaklah kamu tetap dirumahmu dan janganlah kamu berhias dan (bertingkah laku) seperti orang-orang jahiliah dahulu, dan laksanakanlah sholat, tunaikanlah zakat, dan taatilah Allah dan Rasul-rasul-Nya. Sesungguhnya Allah bermaksud hendak menghilangkan dosa dari kamu, wahai ahlulbait, dan membersihkan kamu sebersih-besihnya.*<sup>82</sup>

- c. Tidak tembus pandang/tipis dan tidak ketat sehingga menampilkan lekuk tubuh.

Dalam berjilbab tidak boleh memperlihatkan lekuk tubuh, tidak menonjolkan aurat, dan tidak memperlihatkan bagian tubuh yang memancing fitnah/pesona seksual. Menutup aurat tidak sah kecuali dengan kain yang tebal. Kain tipis hanya akan menambah daya tarik wanita dan semakin mudah memperlihatkan perhiasannya.

- d. Tidak menyerupai busana laki-laki.

Maksudnya adalah wanita yang meniru laki-laki dalam berbusana dan bermode dan begitupun sebaliknya.

- e. Memakai busana bukan untuk mencari popularitas.

Dalam setiap pakaian yang dipakai dengan tujuan meraih popularitas dilarang dalam Islam.baik pakaian itu mahal, maupun pakaian yang

---

<sup>82</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit.*, h. 597.



bernilai rendah yang dipakai oleh seseorang untuk kezuhudannya dan dengan tujuan riya.<sup>83</sup>

Menurut Quraish Shihab fungsi jilbab ada empat, yaitu:

a. Penutup aurat

Maksud dari penutup aurat adalah pakaian yang dapat menutupi segala yang enggan diperlihatkan oleh pemakai, sekalipun seluruh tubuhnya.

b. Perhiasan

Perhiasan yang di maksud adalah sesuatu yang dipakai tidak untuk memperolok. Tentunya pemakai sendiri harus lebih dahulu menganggap bahwa perhiasan yang dipakai untuk berniat beribadah kepada Allah dengan memakai pakaian yang indah saat ke masjid.

c. Fungsi perlindungan (takwa)

Jilbab dapat menghindarkan seseorang terjerumus ke dalam bencana dan kesulitan, baik bencana duniawi maupun ukhrawi.

d. Sebagai identitas

Jilbab dapat membedakan seseorang dengan lainnya, bahkan tidak jarang ia membedakan status sosial.<sup>84</sup>

---

<sup>83</sup>Ya'cub Hamidi, *Menjadi Wanita Shalihah dan Mempesona*, (Mitrabpress, 2011), h. 270.

<sup>84</sup> M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2007), h. 213.

Wanita muslimah apabila keluar dari rumahnya maka wajib mengulurkan pakaian-pakaian pada tubuhnya, sehingga seluruh tubuh dan kepalanya tertutup tanpa memperlihatkan bagian-bagian tubuhnya yang dapat menimbulkan fitnah seperti kepala, dada, dua lengan, dan sebagainya.<sup>85</sup>

Jilbab atau berjilbab bagi wanita dewasa merupakan cara untuk melindungi sebagian dari anggota tubuh wanita itu sendiri. Karena itu jilbab bertujuan untuk kemaslahatan bagi wanita dan menghindari gangguan dari lawan jenisnya. Oleh sebab itu berjilbab tidak boleh hanya dikarenakan dari ekspresi rasa malu yang tercermin pada sikap kaum perempuan yang menutupi sisi sensualitasnya ketika bercampur dengan kaum laki-laki dalam berbagai aktivitas kemanusiaan, sosial, keilmuan, dan lain-lain. Jilbab sebagai aktifitas, serta benteng pemelihara kesetaraan perempuan dan laki-laki dalam aktifitas tersebut, guna mengantisipasi berbagai ancaman dan bahaya yang mengancam kesetaraan mereka. Allah SWT menyuruh umat-Nya khususnya wanita muslimah supaya mengulurkan pada tubuh mereka jilbab apabila mereka keluar dari rumah, supaya dapat dibedakan dari wanita-wanita yang tidak baik. Kemudian Allah SWT memberi alasan bahwa menutupi tubuh seperti itu lebih memudahkan pengenalan mereka sebagai wanita terhormat, sehingga mereka tidak diganggu.

---

<sup>85</sup>Ahmad Musthafa Al-Maraghi, *Terjemahan Tafsir Al-Maraghi*, (Semarang: Toha Putra Semarang, 1992), h. 63.

### **BAB III**

#### **PENYAJIAN DATA PENELITIAN**

##### **A. Gambaran Umum Universitas IslamNegeri (UIN) Raden Intan Lampung**

###### **1. Sejarah Berdirinya Universitas IslamNegeri (UIN) Raden Intan Lampung**

Sebelum berdirinya UIN Raden Intan Bandar Lampung, telah berdiri terlebih dahulu Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) pada tahun 1961 di Teluk Betung. Pada tahun 1963, pihak Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung mengadakan musyawarah dengan Para Ulama Lampung dan dengan aparat Pemerintah Daerah, yang intinya adalah sarana dan prasarana pendidikan tinggi agama Islam bagi masyarakat. Dari musyawarah tersebut kemudian dihasilkan suatu kesepakatan untuk mendirikan dua Fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syari'ah.

Pada saat itu sarana dan prasarana pendidikan masih sangat terbatas. Tempat perkuliahan pernah memakai gedung Fakultas Hukum cabang UNSRI di Teluk Betung dan di Masjid Al-Fur'qon Lungsir Teluk Betung. Setelah itu kemudian para inisiator melakukan upaya-upaya agar status kedua fakultas tersebut berubah dari swasta ke negeri. Upaya tersebut membuahkan hasil sehingga pada tanggal 13 Oktober 1964 terbitlah surat Keputusan Menteri Agama R.I. No. 86 /1964 yang isinya perubahan status Fakultas Tarbiyah Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung ( YKIL) menjadi

Instansi Pemerintah (Negeri) yaitu: sebagai cabang Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fattah Palembang di Teluk Betung. Sementara Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung masih membina Fakultas Syari'ah.

Pada saat itu masih berlaku aturan yang mempersyaratkan berdirinya sebuah al-Jami'ah (IAIN), yaitu sekurang-kurangnya memiliki tiga fakultas, untuk memenuhi persyaratan tersebut maka pada Tahun 1965 Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung mendirikan satu fakultas lagi yaitu Fakultas Ushuluddin dengan menunjuk K.H. Zakaria Nawawi sebagai Dekan. Ketiga Fakultas tersebut mengambil tempat di Masjid Al-Fur'qon.

Pada Tahun 1966 Pemerintah Daerah menyerahkan Gedung Ex Sekolah Cina di jalan Kartini untuk kegiatan perkuliahan Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah dan Ushuluddin dan sejak saat itu kegiatan ketiga Fakultas tersebut dialihkan dari Masjid Al-Fur'qon ke Gedung Ex sekolah Cina di jalan Kartini (Kaliawi).

Dengan memperhatikan aktivitas Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung sudah merasa banyak, maka untuk menyantuni ketiga fakultas tersebut perlu ada yayasan Khusus yang menangani. Kemudian pada tahun 1966 itu juga atas putusan rapat Pengurus Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung maka terbentuklah Yayasan Perguruan Tinggi Islam (YAPERTI) Lampung. Berdasarkan surat keputusan Menteri Agama No. 187/68 tanggal 26 Oktober 1968 berdirilah satu Institut Agama Islam Negeri (IAIN) di Lampung dengan Nama "IAIN al-Jami'ah, Al-Islamiah, Al-Hukumiah Raden Intan

Lampung”. Dengan terbitnya Peraturan Presiden (Perpres) No. 38 Tahun 2017 membuat IAIN resmi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.<sup>86</sup>

## **2. Visi, Misi, dan Tujuan Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung**

### **a. Visi**

Visi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung adalah terwujudnya UIN Raden Intan yang unggul dan kompetitif dalam ilmu keIslaman integratif-multidisipliner sebagai *eco-campus* rujukan internasional tahun 2030.

### **b. Misi**

Misi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung adalah:

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran ilmu keIslaman model kurikulum integratif-multidisipliner yang didukung pemanfaatan teknologi informasi ramah lingkungan menuju aksesibilitas internasional.
- 2) Melaksanakan riset unggulan terpadu dalam pengembangan ilmu keIslaman dasar dan terapan yang berkontribusi terhadap wacana nasional dan atau internasional menuju publikasi berbagai jurnal bereputasi.

---

<sup>86</sup>Bagian Perencanaan dan Sistem Informasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, *Renstra: Rencana Strategis Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2017 – 2021*, 2017, h. 1 – 6.

- 3) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat berbasis riset yang berkontribusi terhadap pemberdayaan kehidupan yang cerdas, memiliki spirit *rahmatan lil 'alamin*, menjaga integritas dalam berbangsa dan bernegara.

c. Tujuan

Tujuan Universitas IslamNegeri (UIN) Raden Intan Lampung adalah:

- 1) Menghasilkan mutu pengelolaan bidang pendidikan dan pembelajaran ilmu-ilmu keIslaman integratif-multidisipliner sehingga lulusan dan sumberdaya manusia UIN Raden Intan Lampung mampu bersaing nasional dan atau internasional.
- 2) Menghasilkan mutu riset unggulan terpadu dalam pengembangan ilmu ilmu keIslaman dasar dan terapan sehingga layak dipublikasikan dalam berbagai jurnal bereputasi nasional maupun internasional.
- 3) Menghasilkan mutu pengabdian pada masyarakat berbasis riset sehingga masyarakat cerdas, spirit tinggi, berintegrasi dalam berbangsa dan bernegara.
- 4) Menghasilkan mutu kerjasama dalam dan luar negeri sehingga UIN Raden Intan Lampung sebagai *eco-campus* yang dirujuk oleh dunia pendidikan nasional dan atau internasional.<sup>87</sup>

---

<sup>87</sup>Bagian Perencanaan dan Sistem Informasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, *Op. Cit.*, h. 9-11.

## **B. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

### **1. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

#### **a. Visi**

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengajaran, penelitian dan pengabdian sehingga mampu menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan intelektual tinggi, kedalaman spiritual, dan nilai integritas kuat.

#### **b. Misi**



Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu:

- 1) Membangun manajemen professional dalam mengelola sumber daya perguruan tinggi sehingga menghasilkan perguruan tinggi yang unggul dan kompetitif.
- 2) Membangun dan mengembangkan kerjasama nasional, regional dan internasional.
- 3) Membangun dan pemanfaatan teknologi informasi dalam proses pembelajaran dan pelayanan.
- 4) Mengembangkan riset-riset di bidang Ekonomi Islam, Perbankan syariah, Akuntansi Syariah, dan Manajemen Bisnis Syariah yang dibutuhkan masyarakat.
- 5) Mengembangkan SDM berkualitas dengan meningkatkan kompetensi dosen dan staf.

- 6) Mengembangkan kurikulum berdasarkan pada inovasi dan kebutuhan masyarakat.
- 7) Merumuskan dan melaksanakan pengabdian masyarakat berbasis integrasi ilmu.
- 8) Mengantarkan mahasiswa untuk memiliki keluasan ilmu, pemahaman agama yang dalam (spiritual) dan nilai integritas yang kuat, sehingga menghasilkan alumni yang profesional di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang dilandasi oleh nilai-nilai keIslaman.
- 9) Mengantarkan mahasiswa dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, melalui pengkajian dan penelitian ilmiah.

c. **Tujuan**

**Tujuan** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah:

- 1) Menghasilkan sarjana di bidang ekonomi dan bisnis Islam yang bertaqwa, berilmu, memiliki integritas professional.
- 2) Menghasilkan sarjana yang mampu menggabungkan teori-teori ilmu ekonomi dan bisnis Islam modern dengan nilai-nilai keIslaman dan kemanusiaan.
- 3) Melahirkan lulusan yang mampu mengembangkan ilmu pengetahuan di bidangnya, serta memiliki pengetahuan agama dan umum yang memadai sehingga mampu berperan dalam mewujudkan Islam sebagai agama *rahmatanlilalamin*.



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam saat ini memiliki 4 program studi Strata Satu (S1) sebagaimana tergambar pada tabel berikut:

**Tabel 1**  
**Program Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

No	Program Studi	Tahun Berdiri	Akreditasi
1	Ekonomi Syariah	Dibuka pada tahun ajaran 2006/2007, dan diresmikan berdasarkan SK dirjen pendis no. DJ.I/178/07 tanggal 20 April 2007	B
2	Perbankan Syariah	2014: SK Dirjen Pendis No. 1468 tahun 2014 tanggal 13 Maret 2014	C
3	Akuntansi Syariah	2017	-
4	Manajemen Bisnis Syariah	2017	-

Sumber: Bagian Perencanaan dan Sistem Informasi UIN Raden Intan Lampung

### C. Gambaran Umum Jurusan Ekonomi Syariah

Jurusan Ekonomi Syariah dibuka pada tahun ajaran 2006/2007, dan diresmikan berdasarkan SK dirjen pendis no. DJ.I/178/07 tanggal 20 April 2007.<sup>88</sup>

#### 1. Visi, Misi, dan Tujuan Jurusan Ekonomi Syariah

##### a. Visi

Visi Jurusan Ekonomi Syariah adalah menjadikan program studi ekonomi Islam sebagai pusat pengkajian, pengembangan, dan penerapan ekonomi Islam yang inovatif dan unggul ditingkat nasional terhadap perkembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat serta mempunyai daya saing global pada tahun 2020.

---

<sup>88</sup>Bagian Perencanaan dan Sistem Informasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, *Op. Cit.*, h. 58 - 60

b. Misi

Misi Jurusan Ekonomi Syariah adalah:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran ekonomi Islam yang berorientasi pada kemandirian mahasiswa dalam mengembangkan potensinya.
- 2) Mengantarkan mahasiswa menjadi praktisi dan profesi dibidang ekonomi Islam yang memiliki nilai-nilai Islam.
- 3) Menyelenggarakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang berbentuk penerapan ilmu pengetahuan dan ketrampilan dalam bidang Ekonomi Islam.
- 4) Melakukan kerjasama dengan perguruan tinggi lain dan berbagai lembaga keuangan syariah di Indonesia maupun mancanegara.

d. Tujuan

Tujuan Jurusan Ekonomi Syariah adalah:

- 1) Menghasilkan lulusan ekonomi Islam yang memiliki kemampuan dalam bidang praktisi dan profesi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.
- 2) Menghasilkan lulusan yang memiliki kemandirian dalam mengembangkan potensi diri.
- 3) Melahirkan karya-karya penelitian dan melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berdasarkan ilmu pengetahuan dan ketrampilan dalam bidang ekonomi Islam.

Berikut merupakan jumlah mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2013 -2016:

**Tabel 2**  
**Jumlah Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah**  
**Angkatan 2013 – 2016**

Tahun angkatan	Jenis kelamin	
	Wanita	Pria
2013	187	103
2014	195	81
2015	187	129
2016	247	146
Jumlah	816	459

Sumber: Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

#### **D. Identitas Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, tetapi penulis mengkhususkan kepada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2013 -2016 yang dianggap mengikuti *trend* model jilbab. Berikut ini merupakan data sampel yang dipilih oleh penulis berdasarkan tahun angkatan:

**Tabel 3**  
**Data Responden**  
**Berdasarkan Tahun Angkatan**

Tahun Angkatan	Jumlah
2013	28
2014	32
2015	18
2016	11
Total	89

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berikut merupakan deskripsi identitas responden penelitian yang meliputi uang saku perbulan, jumlah jilbab yang dibeli dalam satu bulan, dan jumlah dana yang dihabiskan setiap kali membeli jilbab:

**Tabel 4**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan**

No	Uang saku	Frekuensi	Presentase
1	<Rp 500.000	5	6%
2	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	59	66%
3	Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000	25	28%
4	> Rp 1.500.000	0	0%
	<b>Jumlah</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa responden dengan kategori uang saku perbulan <Rp 500.000 dengan frekuensi 5 dan persentase 6%. Untuk kategori uang saku (per bulan) adalah Rp 500.000 – Rp 1.000.000 dengan frekuensi 59 dan persentase 66%. Responden dengan kategori uang saku Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 dengan frekuensi 25 dan persentase 28%.

**Tabel 5**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Dana Yang Dihabiskan Untuk Sekali Membeli Jilbab**

No	Jumlah Dana	Frekuensi	Presentase
1	< Rp 100.000	22	25%
2	Rp 100.000 – Rp 200.000	58	65%
3	Rp 200.000 – Rp 300.000	9	10%
3	> Rp 300.000	0	0%
	<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa responden dengan kategori jumlah dana yang dihabiskan untuk sekali membeli jilbab baru <Rp 100.000 dengan

frekuensi 22,dan presentase 25%. Responden dengan kategori Rp 100.000 – Rp 200.000 dengan frekuensi 58,dan presentase 65%.Responden dengan kategori Rp 200.000 – Rp 300.000 dengan frekuensi 9,dan presentase 10%.

**Tabel 6**  
**Distribusi Responden Berdasarkan**  
**Jumlah Jilbab Yang Dimiliki**

No	Jumlah jilbab	Frekuensi	Presentase
1	1 – 5	5	6%
2	5– 10	40	45%
3	10 – 15	36	40%
4	$\geq 15$	8	9%
	Total	89	100%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel6dapat dilihat bahwa kategori jumlah jilbab yang dimiliki1 – 5 dengan frekuensi 5,dan presentase 6%.Responden dengan kategori 5 – 10 dengan frekuensi 40,danpresentase 45%. Responden dengan kategori 10 – 15 dengan frekuensi 36, dan presentase 40. Responden dengan kategori  $\geq 15$  dengan frekuensi 8,dan presentase 9%.

#### **E. Hasil Jawaban Kuesioner Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Jilbab Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung**

Untuk memperoleh data mengenai pola konsumsi jilbab pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampungdiperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan pertanyaan sebanyak 24 butir kepada 89 sampel. Berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan kepada responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Kebudayaan**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Selain untuk menutup aurat, apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena terpengaruh oleh <i>trend</i> yang sedang berlangsung?	55	34
Presentase	62%	38%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa kusioner mengenai apakah mahasiswi membeli jilbab (busana dan kerudung) karena terpengaruh oleh *trend* yang sedang berlangsung, jawaban iya sebanyak 62%, dan yang tidak adalah 38%.

**Tabel 8**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Kebudayaan**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena budaya atau kebiasaan turun temurun dari keluarga dan lingkungan anda?	30	59
Presentase	34%	66%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel8dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi membeli jilbab (busana dan kerudung) karena budaya atau kebiasaan turun temurun dari keluarga dan lingkungan, jawaban iya sebanyak 34%, dan yang menjawab tidak 66%.

**Tabel 9**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Sosial**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda selalu tertarik untuk membeli jilbab (busana dan kerudung) dengan model terbaru seperti yang dipakai oleh teman-teman anda ?	62	27
Presentase	70%	30%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswiselalu tertarik untuk membeli jilbab (busana dan kerudung) dengan model terbaru seperti yang dipakai oleh teman-teman mereka, jawaban iya sebanyak 70%, dan yang menjawab tidak adalah 30%.

**Tabel 10**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Sosial**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Sebelum membeli jilbab(busana dan kerudung), apakah anda meminta pendapat teman anda?	77	12
Presentase	87%	13%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai sebelum membeli jilbab(busana dan kerudung) , apakah mahasiswi meminta pendapat temannya, jawaban iya sebanyak 87%, dan jawaban tidak 13%.

**Tabel 11**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Sosial**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena terpengaruh oleh keluarga anda?	13	76
Presentase	15%	85%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa pertanyaan apakah mahasiswi membeli jilbab (busana dan kerudung) karena terpengaruh oleh keluarga mereka, jawaban iya sebanyak 15%, dan yang menjawab tidak 85%.

**Tabel 12**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Sosial**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda meminta pendapat keluarga anda?	18	71
Presentase	20%	80%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 12 diatas dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi meminta pendapat keluarga mereka sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), jawaban iya sebanyak 20%, dan yang menjawab tidak 80%.

**Tabel 13**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Sosial**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda memperhatikan kegunaan jilbab tersebut setelah anda tidak lagi menjadi mahasiswi?	26	63
Presentase	29%	71%

Sumber: hasil kuesioner penelitian



Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi memperhatikan kegunaan jilbab tersebut setelah mereka tidak lagi menjadi mahasiswi, yang menjawab iya sebanyak 29%, dan yang menjawab tidak 71%.

**Tabel 14**  
**Kuesiner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Sosial**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda memakai jilbab (busana dan kerudung) yang sedang <i>trend</i> untuk menunjukkan bahwa anda mahasiswi yang <i>fashionable</i> ?	49	40
Presentase	55%	45%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 14 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi memakai jilbab (busana dan kerudung) yang sedang *trend* untuk menunjukkan bahwa mereka mahasiswi yang *fashionable*, jawabannya sebanyak 55%, dan yang menjawab tidak 45%.

**Tabel 15**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Pribadi**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) untuk menyesuaikan usia anda?	68	21
Presentase	76%	24%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi membeli jilbab (busana dan kerudung) untuk menyesuaikan usia mereka, yang menjawab iya sebanyak 100%, dan yang menjawab tidak 0%.

**Tabel 16**

**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi  
Berdasarkan Faktor Pribadi**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda memperhatikan kegunaan jilbab tersebut setelah anda sudah tua?	11	78
Presentase	12%	88%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung) mahasiswi memperhatikan kegunaan jilbab tersebut setelah mereka sudah tua, jawaban iya sebanyak 12%, dan yang menjawab tidak 88%.



**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi  
Berdasarkan Faktor Pribadi**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena menyesuaikan dengan pekerjaan anda?	17	72
Presentase	19%	81%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 17 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi membeli jilbab (busana dan kerudung) karena menyesuaikan dengan pekerjaan mereka, jawaban iya sebanyak 19%, dan yang menjawab tidak 81%.

**Tabel 18  
Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi  
Berdasarkan Faktor Pribadi**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena menyesuaikan dengan kegiatan dan aktivitas anda?	40	49
Presentase	45%	55%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel18 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi membeli jilbab (busana dan kerudung) karena menyesuaikan dengan kegiatan dan aktivitas mereka, jawaban iya sebanyak 45%, dan yang menjawab tidak 55%.

**Tabel 19**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Pribadi**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Ya</b>	<b>Tidak</b>
Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) dengan harga yang sesuai dengan uang saku anda	62	27
<b>Presentase</b>	<b>70%</b>	<b>30%</b>

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 19 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi membeli jilbab (busana dan kerudung) dengan harga yang sesuai dengan uang saku mereka, jawaban iya sebanyak 89%, dan yang menjawab tidak 11%.

**Tabel 20**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Pribadi**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Ya</b>	<b>Tidak</b>
Apakah anda pernah meminjam uang kepada orang lain karena uang anda untuk membeli jilbab (busana dan kerudung) tidak cukup?	74	15
<b>Presentase</b>	<b>83%</b>	<b>17%</b>

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 20 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi pernah meminjam uang kepada orang lain karena uang mereka untuk membeli jilbab (busana dan kerudung) tidak cukup, jawaban iya sebanyak 83%, dan yang menjawab tidaksebanyak 17%.

**Tabel 21**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Pribadi**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah berbelanja jilbab (busana dan kerudung) menjadi salah satu hobi anda?	68	21
Presentase	76%	24%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 21 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah berbelanja jilbab (busana dan kerudung) menjadi salah satu hobi mereka, jawaban iya sebanyak 76%, dan yang menjawab tidak 24%.

**Tabel 22**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Pribadi**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda suka membeli jilbab (busana dan kerudung) dengan harga yang mahal?	22	67
Presentase	25%	75%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 22 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi suka membeli jilbab (busana dan kerudung) yang mahal, jawaban iya sebanyak 25%, dan yang menjawab tidak 75%.

**Tabel 23**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Pribadi**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda mempertimbangkan dulu apakah jilbab tersebut sesuai atau dapat diaplikasikan pada diri anda?	87	2
Presentase	98%	2%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 23 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah mahasiswi mempertimbangkan dulu apakah jilbab tersebut sesuai atau dapat diaplikasikan pada diri mereka, jawaban iya sebanyak 98%, dan yang menjawab tidak 2%.

**Tabel 24**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Pribadi**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda merasa lebih percaya diri jika menggunakan jilbab (busana dan kerudung) yang sedang <i>trend</i> ?	83	5
Presentase	93%	7%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 24 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi merasa lebih percaya diri jika menggunakan jilbab (busana dan kerudung) yang sedang *trend*, jawaban iya sebanyak 93%, dan yang menjawab tidak 7%.

**Tabel 25**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Psikologis**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) baru karena ingin terlihat lebih menarik?	76	13
Presentase	85%	15%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 25 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi membeli jilbab (busana dan kerudung) baru karena ingin terlihat lebih menarik, jawaban ya sebanyak 85%, dan yang menjawab tidak 15%.

**Tabel 26**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Psikologis**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena tidak ingin ketinggalan zaman/kuno?	73	16
Presentase	82%	18%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 26 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi membeli jilbab (busana dan kerudung) karena tidak ingin ketinggalan zaman/kuno, jawaban ya sebanyak 82%, dan yang menjawab tidak 18%.

**Tabel 27**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Psikologis**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena melihat promosi di media massa cetak maupun online (majalah, instagram, facebook, dll)?	87	2
Presentase	98%	2%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel27 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenaiapakah mahasiswi membeli jilbab (busana dan kerudung) karena melihat promosi di media massa cetak maupun online (majalah, instagram, facebook, dll),jawaban iya sebanyak 88%, dan yang menjawab tidak 12%.

**Tabel 28**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Psikologis**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) baru karena bentuk, warna, dan motifnya menarik meskipun tidak terlalu anda butuhkan?	76	13
Presentase	85%	15%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel28dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenaiapakah mahasiswimembeli jilbab (busana dan kerudung) baru karena bentuk, warna, dan motifnya menarik meskipun tidak terlalu anda butuhkan, jawaban iya sebanyak 71%, dan yang menjawab tidak 29%.

**Tabel 29**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Psikologis**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda suka membeli jilbab (busana dan kerudung) yang bermerek terkenal?	18	71
Presentase	20%	80%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 29 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi suka membeli jilbab (busana dan kerudung) yang bermerek terkenal, jawaban iya sebanyak 20%, dan yang menjawab tidak 80%.

**Tabel 30**  
**Kuesioner Pola Konsumsi Jilbab Mahasiswi**  
**Berdasarkan Faktor Psikologis**

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena percaya bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya?	78	11
Presentase	88%	12%

Sumber: hasil kuesioner penelitian

Berdasarkan tabel 30 dapat diketahui bahwa pertanyaan mengenai apakah mahasiswi membeli jilbab (busana dan kerudung) karena percaya bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya, jawaban iya sebanyak 80%, dan yang menjawab tidak 12%.



## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

Setelah penulis memperoleh data-data dari hasil observasi, dokumentasi, kuesioner, dan data-data kepustakaan baik yang diperoleh secara langsung dari kitab-kitab langsung maupun kitab terjemahan, jurnal-jurnal, dan buku-buku dengan judul penelitian ini yaitu “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Jilbab Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)”, maka sebagai langkah selanjutnya penulis akan menganalisis data yang telah penulis kumpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

#### **A. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Jilbab Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung**

Konsumsi adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam memanfaatkan, menggunakan dan menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Penulis telah melakukan penelitian pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung angkatan 2013 – 2016 dalam hal konsumsi jilbab. Jilbab adalah pakaian dan penutup kepala/kerudung yang menutupi aurat mulai dari kepala, leher, dada dan seluruh tubuh

wanita. Berdasarkan dari pemikiran-pemikiran yang telah dipaparkan dalam landasan teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, menjadi pembuktian bahwa ada kesesuaian antara teori dan praktik terhadap pola konsumsi, sebagaimana faktor yang mempengaruhi pola perilaku konsumsi sebagai berikut:

#### 1. Faktor kebudayaan.

Faktor budaya merupakan segala nilai, pemikiran, simbol, yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, 62% responden menyatakan bahwa selain untuk menutup aurat, mereka membeli jilbab karena terpengaruh oleh *trend* yang sedang berlangsung dan 34% responden menyatakan bahwa mereka membeli jilbab karena budaya atau kebiasaan turun temurun dari keluarga dan lingkungan tempat mereka tinggal. Dengan demikian, sebagian besar mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung menggunakan jilbab karena terpengaruh oleh *trend* yang sedang berlangsung.

#### 2. Faktor sosial

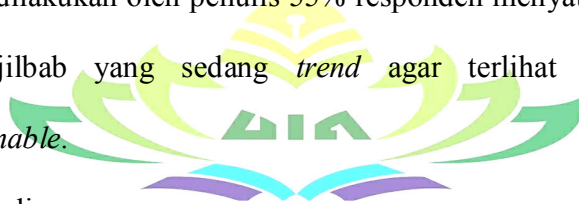
Dalam kegiatan sehari-hari termasuk dalam melakukan konsumsi jilbab, mahasiswi dipengaruhi oleh beberapa hal.

*Pertama*, kelompok acuan yang menjadi rujukan dalam bertindak dan berperilaku. Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok, yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku

seseorang, seperti teman, tetangga, dan teman sejawat. Masing-masing mahasiswi memiliki hubungan yang intim dengan kelompok pertemanan mereka. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis 70% responden menyatakan bahwa mereka tertarik untuk membeli jilbab dengan model terbaru seperti yang dipakai oleh teman-teman. Kedekatan antara satu dengan yang lainnya turut mempengaruhi pola konsumsi yang mereka lakukan, karena mereka ingin terlihat modis seperti teman-teman sebaya mereka. Teman sebaya merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam setiap pembelian yang diinginkan oleh mahasiswi, dukungan dari teman membuat mahasiswi lebih percaya dalam pengambilan keputusan saat melakukan pembelian. Selain itu, dengan melihat penampilan berjilbab dari teman sebaya yang membuat mahasiswi terinspirasi sehingga ingin dan menggunakan baju dan kerudung yang menarik dan sedang *trend*.

*Kedua*, Keluarga merupakan tempat sosialisasi pertama bagi anak. Dari keluarganya seorang anak belajar dan bersosialisasi untuk menjadi konsumen kelak di kemudian hari. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, diperoleh bahwa faktor keluarga tidak terlalu mempengaruhi pola konsumsi mahasiswi. Karena hanya sebagian kecil dari responden yang menyatakan bahwa mereka membeli jilbab karena terpengaruh oleh keluarga. Hal ini dikarenakan selera masing-masing orang berbeda meskipun mereka masih dalam satu keluarga.

*Ketiga* peran dan status, posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Peran meliputi kegiatan yang dilakukan oleh seseorang, masing-masing peran menghasilkan status. Status sebagai mahasiswi menjadikan pola konsumsi jilbab menyesuaikan dengan kegiatan sehari-hari mereka. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis 55% responden menyatakan bahwa mereka memakai jilbab yang sedang *trend* agar terlihat sebagai mahasiswi yang *fashionable*.



### 3. Faktor pribadi

Usia dan tahapan siklus hidup turut mempengaruhi pola konsumsi mahasiswi. Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia. Seluruh responden menyatakan bahwa mereka membeli jilbab untuk menyesuaikan dengan usia mereka, hal ini menunjukkan bahwa usia dan tahapan siklus hidup seseorang sangat mempengaruhi pola konsumsi jilbab mahasiswi, karena bergantinya usia turut berganti pula selera seseorang, selera orang yang masih anak-anak akan berubah ketika mereka remaja dan akan berubah pula ketika mereka sudah dewasa .

Keadaan ekonomi seseorang akan besar pengaruhnya terhadap pilihan produk. Dalam membeli jilbab, mahasiswi mempertimbangkan kemampuan keuangan mereka untuk membeli jilbab yang mereka inginkan, berdasarkan

penelitian yang telah dilakukan oleh penulis 89% responden menyatakan membeli jilbab dengan harga yang sesuai dengan uang saku yang mereka miliki. Namun ada sebagian mahasiswi yang rela sampai berhutang kepada orang lain karena uang yang mereka miliki kurang atau tidak cukup untuk membeli jilbab yang mereka mau. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian mahasiswi dalam memenuhi keinginan mereka membeli jilbab sangat terpengaruh oleh hawa nafsu, sehingga sampai berhutang pada orang lain.

Gaya hidup mahasiswa turut mempengaruhi mereka dalam mengkonsumsi jilbab. Gaya hidup adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis 76% mahasiswi menyatakan bahwa membeli jilbab menjadi salah satu hobi mereka, dan 25% menyatakan bahwa mereka sering membeli jilbab dengan harga yang mahal. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswi yang dijadikan sampel memiliki gaya hidup yang mengikuti trend dikarenakan mahasiswi mengekspresikan minat dan kegiatan mereka untuk membeli jilbab yang mereka inginkan. Namun, mahasiswi tidak hanya asal membeli melainkan melihat kepada dirinya terlebih dahulu apakah sekiranya jilbab yang akan dibeli tersebut sesuai dengan kepribadian atau mungkin dapat diaplikasikan dengan dirinya atau tidak. Hal ini terlihat dari 98% responden menyatakan bahwa sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), mahasiswi mempertimbangkan dulu apakah jilbab tersebut sesuai atau dapat

diaplikasikan pada diri mereka. Meskipun mereka mengikuti model dan alur perkembangan jilbab tetapi tidak serta merta langsung membeli, karena jilbab yang bagus belum tentu sesuai dengan mereka, dan 93% responden menyatakan bahwa tujuan mereka menggunakan jilbab yang sedang *trend* adalah agar mereka merasa lebih percaya diri.

#### 4. Faktor psikologis.

Faktor psikologis juga sangat berpengaruh terhadap pola konsumsi jilbab pada mahasiswa. Adanya pengaruh faktor sosial tidak lepas dari pengaruh psikologis di dalamnya yang mengarahkan mahasiswa untuk memilih dan menggunakan jilbab yang diinginkannya. Secara psikologis, seperti motivasi membeli, persepsi terhadap jilbab yang sedang menjadi *trend*, serta keyakinan berdasarkan pengetahuan, pendapat, atau kepercayaan terhadap citra produk dan merek menjadi faktor yang berpengaruh terhadap pola konsumsi jilbab pada mahasiswa.

Motivasi diartikan sebagai sesuatu yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis 85% responden menyatakan motivasi mahasiswa membeli jilbab karena mereka ingin terlihat menarik dan 82% responden menyatakan membeli jilbab karena tidak ingin terlihat ketinggalan zaman/kuno.

Persepsi adalah proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia. Persepsi mahasiswa terhadap iklan di media massa juga

berpengaruh terhadap pola konsumsi jilbab mahasiswi, seperti melihat di televisi, instagram, facebook, majalah, dan lain-lain. Sebagian mahasiswi membeli jilbab karena motif dan warnanya menarik, seperti yang kita ketahui banyak motif dan warna jilbab yang sedang *trend* dikalangan masyarakat saat ini seperti motif bunga-bunga, motif abstrak, warna pastel, dan warna hitam putih atau yang dikenal dengan sebutan monokrom. Sebagian mahasiswi juga membeli jilbab dengan merek yang terkenal seperti merek zoya, rabbani, elzata, dll, dan 88% responden menyatakan bahwa mereka percaya bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas jilbab yang mereka konsumsi.

#### **B. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Jilbab Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam hal konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang berguna bagi kemaslahatan hidupnya.

Berdasarkan norma konsumsi Islam, dalam berkonsumsi harus berperilaku sederhana dalam artian jangan tenggelam dalam kemewahan, tidak membelanjakan harta untuk hal-hal yang kurang bermanfaat (mubazir) dan tidak terlalu perhitungan atau kikir. Dalam pemenuhan kebutuhan, Islam menyarankan agar bertindak ditengah-tengah dan sederhana. Seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-a'raf ayat 31 yang berbunyi:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

*Artinya: wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaian-pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid. Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh Allah tidak menyukai orang yang berlebihan.*<sup>89</sup>

Bila dilihat dari pola konsumsi jilbab mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden intan Lampung belum sesuai dengan aturan berkonsumsi dalam Islam. Dalam mengkonsumsi jilbab, mahasiswi cenderung membeli jilbab karena barang tersebut sedang *trend*, terpengaruh oleh teman, serta iklan.

Dalam mengkonsumsi jilbab mahasiswi cenderung memuaskan hawa nafsunya dan tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Contohnya, seseorang membutuhkan jilbab untuk menutupi aurat, karena dalam Islam wanita yang sudah baligh diwajibkan untuk menutupi auratnya. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Contohnya, seseorang membeli jilbab karena warna dan motif jilbab tersebut mereka sukai.

Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia, sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun sosial. Setiap barang (yang halal) dikonsumsi

---

<sup>89</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya 30 Juz*, (Solo: Qomari Prima Publisher, 2007), h. 207.



manusia ada batasnya, jangan sampai berlebih-lebihan. Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dengan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan. Kepuasan seorang muslim tidak didasarkan atas banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi lebih dikarenakan sebagai ibadah dengan memenuhi perintah Allah SWT dan menjauhi segala larangan Allah.

Dalam Islam terdapat beberapa prinsip dalam berkonsumsi, diantaranya adalah prinsip syariah, prinsip ini mengatur agar dalam berkonsumsi manusia harus memperhatikan tujuan konsumsi, perilaku konsumsi muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dari konsumsi barang, melainkan berfungsi ibadah dalam rangka mendapat ridha Allah SWT. Namun yang terjadi pada sebagian mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung tidak sesuai dengan prinsip tersebut, karena tujuan mereka membeli jilbab tidak hanya untuk menutup aurat namun juga karena ingin terlihat lebih menarik, mengikuti *trend*, dan terlihat *fashionable*, padahal dalam Islam kriteria jilbab bukanlah berdasarkan kepantasan atau mode yang sedang *trend*, kriteria jilbab dalam Islam adalah busana yang menutupi seluruh tubuh selain yang dikecualikan syari'at, bukan berfungsi sebagai perhiasan, tidak tembus pandang/tipis dan tidak ketat sehingga menampilkan lekuk tubuh, tidak menyerupai busana laki-laki, dan memakai busana bukan untuk mencari popularitas karena setiap pakaian yang dipakai dengan tujuan meraih popularitas dilarang dalam Islam, baik pakaian

itu mahal, maupun pakaian yang bernilai rendah yang dipakai oleh seseorang dengan tujuan riya. Dalam prinsip syariah, manusia ketika hendak mengkonsumsi sesuatu harus memperhatikan kaidah ilmiah serta memperhatikan bentuk konsumsi. Kaidah ilmiah berarti seorang muslim harus memperhatikan kebersihan. Kebersihan mengandung arti bahwa barang yang akan dikonsumsi harus bebas dari kotoran maupun penyakit, dan memiliki manfaat tidak memiliki *kemudharatan*. Dalam hal ini jilbab adalah barang yang diwajibkan dalam Islam dan memiliki manfaat karena penggunaan jilbab memang diwajibkan dalam Islam.

Selanjutnya prinsip kuantitas, dalam prinsip kuantitas Islam mengatur manusia agar dalam mengkonsumsi secara sederhana (tidak bermewah-mewahan) dan kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi. Sederhana berarti seseorang dalam mengkonsumsi agar bersikap tidak berlebih-lebihan, sikap berlebih-lebihan ini mengandung arti melebihi dari kebutuhan yang wajar, tidak merasa puas dengan apa yang sudah dimiliki, dan cenderung memperturutkan hawa nafsu. Konsumsi berlebih-lebihan dikutuk dalam Islam dan disebut dengan istilah *Israf* (pemboros) atau *Tazbir* (menghambur-hamburkan tanpa guna). Konsumsi berlebih-lebihan juga terjadi pada kalangan mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, sebagian dari mereka menyatakan bahwa mengkonsumsi jilbab menjadi salah satu hobi mereka, alasan mereka membeli jilbab baru karena tertarik untuk membeli jilbab dengan model terbaru seperti yang dipakai oleh

teman-teman, dan keinginan membeli jilbab baru meskipun tidak mereka butuhkan namun karena bentuk, warna, dan motifnya menarik. Adapula sebagian dari mahasiswi yang membeli jilbab dengan harga yang mahal serta dengan merek terkenal. Selanjutnya berkonsumsi dalam Islam harus adanya kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi, namun ada sebagian mahasiswi yang berkonsumsi tidak sesuai dengan prinsip ini karena sebagian dari mereka menyatakan pernah meminjam uang kepada orang lain karena uang mereka untuk membeli jilbab tidak cukup.

Prinsip selanjutnya yaitu prinsip moralitas, prinsip moralitas mengandung arti ketika berkonsumsi terhadap suatu barang, maka dengan rangka menjaga martabat manusia yang mulia, seseorang dalam berkonsumsi harus menjaga adab dan etika (tertib) yang disunahkan oleh Nabi Muhammad SAW. Etika konsumsi dalam Islam mengutamakan *mashlahah*/manfaat dan menghindari *israf* (pemborosan) ataupun *tabzir* (menghambur-hamburkan) uang/harta tanpa guna. *Maslahah* adalah suatu yang dapat memberikan kepuasan karena kandungan *maslahah* adalah terdiri dari manfaat dan berkah. *Maslahah* merupakan sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. Tujuannya bukan hanya kepuasan di dunia tetapi juga kesejahteraan di akhirat. Oleh karena itu, semua barang dan jasa yang memiliki *maslahah* dikatakan menjadi kebutuhan manusia. Dalam berkonsumsi, seseorang harus mempertimbangkan manfaat serta berkah yang dihasilkan

dari kegiatan konsumsinya. Manfaat membeli jilbab diperoleh ketika mahasiswi membeli jilbab yang dapat digunakan untuk menutup aurat dengan mematuhi syarat jilbab dalam Islam, yakni busana yang menutupi seluruh tubuh selain yang dikecualikan syarat (muka dan telapak tangan), dan tidak tembus pandang/tipis dan tidak ketat sehingga menampakkan lekuk tubuh, berkah diperoleh ketika mereka mengkonsumsi jilbab dengan cara yang halal. Halal yang dimaksud dalam ajaran Islam dapat dilihat dari zat dan proses memperolehnya. Zat yang dimaksud adalah barang tersebut memang dihalalkan dalam ajaran Islam, jilbab adalah barang yang dihalalkan dalam ajaran Islam. Proses memperolehnya adalah cara mendapatkannya tidak dilarang, seperti menipu, dan merampas. Dengan demikian mahasiswi dapat memperoleh *maslahah* dari jilbab yang mereka beli, karena selain mendatangkan manfaat, jilbab tersebut juga mendatangkan berkah karena mahasiswi membeli jilbab dengan cara yang halal. Namun bagi mahasiswi yang membeli jilbab dengan boros serta membeli jilbab bukan berdasarkan kebutuhan namun hanya menuruti keinginan dan hawa nafsu, *maslahah* tidak diperolehnya, karena dalam ajaran Islam berlebihan sangat dilarang.

Berdasarkan hasil analisis diatas, maka konsumsi berlebihan yang dilakukan oleh sebagianmahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung merupakan pola konsumsi yang dilarang dalam Islam. Hal ini disebabkan karena Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan semata-mata untuk memenuhi

keinginan. Dimana keinginan ditentukan oleh kepuasan. Dalam Islam kebutuhan ditentukan oleh konsep *maslahah*. Islam melarang berperilaku boros dan hidup terlampau mengikuti hawa nafsu duniawi, meskipun kenikmatan diperoleh secara sah berdasarkan hukum.

Berdasarkan apa yang telah dibahas, solusi yang dapat diterapkan dalam menanggulangi pola konsumsi berlebihan dan boros adalah dengan membatasi dalam menggunakan harta dan dapat mengendalikan hawa nafsu. Yang termasuk batasan konsumsi dalam syari'ah adalah pelarangan *israf* atau berlebih-lebihan, perilaku *israf* diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Sebab itu, dalam menghapus perilaku *israf* Islam memerintahkan memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat serta menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Dari hasil penelitian dan kemudian dianalisis, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sekaligus jawaban dari rumusan masalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya *trend* jilbab yang sedang marak dipasaran dan hampir setiap berubah membuat mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung ingin terlihat lebih modis dan tidak ingin ketinggalan zaman atau kuno. Dalam memilih dan membeli jilbab, mahasiswi sering terinspirasi oleh teman, maupun kelompok organisasi mereka. Faktor yang paling berpengaruh terhadap konsumsi jilbab mahasiswi adalah faktor psikologi, dimana mahasiswi membeli jilbab karena terpengaruh oleh iklan di media massa seperti facebook, instagram, majalah dll, dan mereka mengkonsumsi jilbab bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena melihat bentuk, warna, serta motifnya menarik. Munculnya motivasi karena adanya rangsangan dari orang lain yang bertujuan untuk mengarahkan mahasiswi dalam mengikuti *trend* agar sesuatu yang menjadi tujuannya dalam mencari kepuasan dan mengikuti *trend* tercapai dengan baik. Faktor yang paling tidak berpengaruh adalah faktor keluarga, hal ini dikarenakan

selera masing-masing orang berbeda meskipun mereka masih dalam satu keluarga.

2. Pola konsumsi jilbab yang terjadi pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung belum sesuai dengan prinsip syariah dan prinsip kuantitas dalam Islam. Hal ini disebabkan karena Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan semata-mata untuk memenuhi keinginan dan hawa nafsu, melainkan untuk mendapat ridha Allah SWT. Dalam Islam kebutuhan ditentukan oleh konsep *maslahah*. Islam melarang berperilaku boros dan hidup terlampau mengikuti hawa nafsu duniawi.

## **B. Saran**

Berdasarkan uraian dari pembahasan tersebut diatas kiranya dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya masih banyak hal menarik mengenai pola konsumsi yang dapat diteliti.
2. Untuk akademisi, penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan oleh peneliti lain dengan objek dan sudut pandang yang lebih komprehensif sehingga dapat memperkaya pengetahuan tentang kajian ekonomi Islam khususnya konsumsi Islam.
3. Untuk mahasiswi, seharusnya pola konsumsi disesuaikan dengan aturan dalam Islam, berkonsumsi bukan hanya untuk mengikuti *trend* dan

memuaskan keinginan serta nafsu, karena dalam Islam menganjurkan untuk hidup sederhana dan tidak berlebihan.





## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muntholip, “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Kajian KeIslaman dan Pendidikan*, Vol. 1, No. 1, April 2012.
- Abu Fathan, *Panduan Wanita Sholihah*, Asaduddin Press, 1992.
- Abu Mujadiddul, *Memahami Aurat dan Wanita*, Perpustakaan Nasional Lumbung Insani, 2011
- AdiwarmanKarim, *SejarahPemikiranEkonomi Islam*, Jakarta: Raja GrafindoPersada, 2004.
- Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Ahmad Musthafa Al-Maraghi, *Terjemahan Tafsir Al-Maraghi*, Semarang: Toha Putra Semarang, 1992.
- Aisa Manilet, “Kedudukan Masalah dan Utility Dalam Konsumsi (Masalah Versus Utility)”, *Jurnal Tahkim*, Vol. 11, No. 1, Juni 2015.
- ArifPujiyono, “TeoriKonsumsi”, *JurnalDinamika Pembangunan*, Vol. 3, No. 2, Desember 2006.
- AtinaShofawati, “PolaPerilakuKonsumsiIslamiMahasiwa Muslim UniversitasAirangga”, *Jurnal JSTT*, Vol. 2, No. 3, Juli 2015.
- Bagian Perencanaan dan Sistem Informasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, *Renstra: Rencana Strategis Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2017 – 2021*, 2017.
- Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- CholidNarbuko, Abu Achmadi, *MetodePenelitian*, Jakarta:BumiAksara, 2015.

Christoper, Meisyell Loembie, *The Fashion Bible For Man*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya 30 Juz*, Solo: Qomari Prima Publisher, 2007.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.

Devi Anandita, "Konsumsi Pada Tanda Fashion Hijab", *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, Vol.3, No.1, 2014.

Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

Galuh Endang Pergiawati, "Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Berjilbab", *Jurnal Psikoborneo*, Vol. 4, No. 3, 2016.

Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, Cetakan II, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, Jakarta: Prendamedia Group

**Indah Haryani, Jhon Herwanto**, "Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswa", *Jurnal Psikologi*, Vol. 11, No. 1, Juni 2015.

Indarti, *et.al.*, "Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Kosmetika Dalam Keputusan Pembelian Produk Pemutih Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Wacana*, Vol. 13, No. 4, Oktober 2010.

Indonesia Trend Forecasting, *Modest Fashion Greyzone Trend Forecasting 2017 – 2018*, Jakarta: BEKRAF, 2017.

James F, Engel, *et. al*, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.

Januari Heryanto, "Pergeseran Nilai dan Konsumerisme Ditengah Krisis Ekonomi Di Indonesia", *Jurnal Nirmana*, Vol. 6, No. 1, Januari 2001.

Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Erlangga, 2012.

Lydia David, "Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran", *Jurnal E-Biomedik (EBM)*, Vol. 3, No. 1, Januari - April 2015.

M. Quraish Shihab, *Jilbab, Pakaian Wanita Muslimah: Pandangan Ulama Masa Lalu dan Cendekiawan Temporer*, Jakarta: Lentera Hati, 2004.

M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah vol 11*, Jakarta: Lentera Hati, 2005.

M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an*, Bandung: Mizan Pustaka, 2007.

M. Toha Anggoro, et. al., *Metode Penelitian*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2009.

Michael James, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, Jakarta: Ghalia, 2001.

Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.

Mu'amal Hamidy, Imron A. Manan, *Tafsir Ayat Ahkam As-Shabumi*, Jilid III, (Surabaya: Bina Ilmu, 1994).

Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.

Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, Cetakan I, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004.

Mustafa Edwin Nasution, et. al. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenda Media Group, 2007.

Niati Lisma, Agung Haryono, "Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang)", *Jurnal JPE* Vol. 9, No. 1, 2016.

Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2003.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi V, Jilid I, Jakarta: Erlangga, 1990.

Prabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Depok: Raja Grafindo Persada), 2013.

Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi*, Jakarta: 2001.

Soeratno, Lincolin Arsyad, *Metodologi Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008.

Sri Budi Lestari, "Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sosial Dikalangan Mahasiswa", *Jurnal Pengembangan Humaniora*, Vol. 14, No. 3, Desember 2014.

Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.

Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011.

V. Wiratna Sujarweni,  
*Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).

Ya'cub Hamidi, *Menjadi Wanita Shalihah dan Mempesona*, Mitra Press, 2011.

Yuliana, "Analisis Pola Konsumsi Keluarga Miskin Di Kota Medan", *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 2, 2014.

Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Konsumsi Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Gema Insani Press, 1997.

Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, Jakarta: Robbani Press, 1997.



**Kuesioner Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Jilbab Mahasiswi  
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Intan Lampung**

**Kepada Yth,**

**Saudara/i Responden Penelitian**

**Ditempat\_**

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Dalam rangka menyelesaikan skripsi penelitian pada program Strata Satu (S1) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, saya berkewajiban untuk melakukan penelitian. Sehubungan dengan penelitian yang sedang saya lakukan, maka dari itu saya memohon kesediaan saudara/i untuk menjadi responden penelitian yang saya lakukan ini dengan memberikan jawaban kuesioner pada kolom yang telah disediakan. Kuesioner ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi jilbab mahasiswi, selanjutnya akan dianalisis berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

Jawaban dari kuesioner ini akan peneliti gunakan hanya semata-mata untuk keperluan penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI JILBAB DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)”**.

Diharapkan kepada responden untuk memberikan jawaban sejujurnya dan seobjektif mungkin. Selain itu, jawaban yang diberikan oleh responden akan dijamin kerahasiaannya oleh penulis dan tidak akan membawa konsekuensi yang merugikan dalam bentuk apapun. Atas kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

**Bandar Lampung, Juli  
2017**

**Hormat saya**

**1. Identitas Responden** (harap diisi)

Nama:	
Semester:	
Usia:	
Besar uang sakupetiap bulannya:	a. <Rp 500.000 b. Rp 500.000 – Rp 1.000.000 c. Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 d. >Rp 1.500.000
Besarnya pengeluaran setiap kali membeli jilbab (busana dan kerudung):	a. <Rp 100.000 b. Rp 100.000 – Rp 200.000 c. Rp 200.000 – Rp 300.000 d. >Rp 300.000
Jumlah jilbab (busana dan kerudung) yang dimiliki:	a. 1 – 5 buah b. 5 – 10 buah c. 10 – 15 buah d. >15 buah

**2. Petunjuk Pengisian**

Berikut ini terdapat 24 pertanyaan yang menggambarkan pola konsumsi mahasiwa dalam ber-jilbab. **Jilbab** disini mencakup pakaian yang longgar dan kerudung yang dapat menutupi aurat wanita. Pilihlah salah satu jawaban pada pilihan YA atau TIDAK dengan memberi *check list* (✓) pada salah satu kolom yang anda rasa sesuai dengan diri anda.

Contoh:

“apakah anda membeli jilbab?”

Jika hal ini sesuai dengan keadaan anda, maka berilah tanda check list (√) pada salah satu kotak jawaban yang tersedia sesuai dengan nomor soal.

YA	TIDAK
√	

Bila ada kesalahan dalam pemberian jawaban, anda dapat meralatnya dengan memberikan sebuah garis pada jawaban anda dan kemudian memberikan jawaban yang anda anggap sesuai dengan diri anda.

YA	TIDAK
—√	√



N o	PERTANYAAN	Y A	TID AK
<b>Faktor Kebudayaan</b>			
1	Selain untuk menutup aurat, apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena terpengaruh oleh <i>trend</i> yang sedang berlangsung?		
2	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena budaya atau kebiasaan turun temurun dari keluarga dan lingkungan anda?		
<b>Faktor Sosial</b>			
3	Apakah anda selalu tertarik untuk membeli jilbab (busana dan kerudung) dengan model terbaru seperti yang dipakai oleh teman-teman anda?		
4	Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda memint pendapat teman anda?		
5	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena terpengaruh oleh keluarga anda?		
6	Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda memint pendapat keluarga anda?		
7	Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda		



	memperhatikan kegunaan jilbab tersebut setelah anda tidak lagi menjadi mahasiswi?		
8	Apakah anda memakai jilbab (busana dan kerudung) yang sedang <i>trend</i> untuk menunjukkan bahwa anda mahasiswi yang <i>fashionable</i> ?		
<b>Faktor Pribadi</b>			
9	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) untuk menyesuaikan usia anda?		
10	Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda memperhatikan kegunaan jilbab tersebut setelah anda sudah tua?		
11	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena menyesuaikan dengan pekerjaan anda?		
12	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena menyesuaikan dengan kegiatan dan aktivitas anda?		
13	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) dengan harga yang sesuai dengan uang saku anda?		
14	Apakah anda pernah meminjam uang kepada orang lain karena uang anda untuk membeli jilbab (busana dan kerudung) tidak cukup?		
15	Apakah berbelanja jilbab (busana dan kerudung) menjadi salah satu hobi anda?		
16	Apakah anda suka membeli jilbab (busana dan kerudung) yang mahal?		
17	Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda mempertimbangkan dulu apakah jilbab tersebut sesuai atau dapat diaplikasikan pada diri anda?		
18	Apakah anda merasa lebih percaya diri jika menggunakan jilbab (busana dan kerudung) yang sedang <i>trend</i> ?		
<b>Faktor psikologis</b>			
19	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) baru karena ingin terlihat lebih menarik?		
20	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena tidak ingin ketinggalan zaman/kuno?		
21	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena melihat promosi di media massa cetak maupun online (majalah, instagram, facebook, dll) ?		
22	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) baru karena bentuk, warna, dan motifnya menarik meskipun tidak terlalu anda butuhkan?		

2 3	Apakah anda sukamembelijilbab(busana dan kerudung) yang bermerek terkenal?		
2 4	Apakah anda membeli jilbab(busana dan kerudung) karena percaya bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya?		



### Persentase Jawaban Kuesioner Penelitian

No	Pertanyaan	YA	TIDAK
	<b>Faktor kebudayaan</b>		
1	Selain untuk menutup aurat, apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena terpengaruh oleh <i>trend</i> yang sedang berlangsung?	55(62%)	34(38%)
2	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena budaya atau kebiasaan turun temurun dari keluarga dan lingkungan anda?	30(34%)	59(66%)
	<b>Faktor social</b>		
3	Apakah anda selalu tertarik untuk membeli jilbab (busana dan kerudung) dengan model terbaru seperti yang dipakai oleh teman-teman anda ?	62 (70%)	27 (30%)
4	Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung) , apakah anda meminta pendapat teman anda?	77 (87%)	12 (13%)
5	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena terpengaruh oleh keluarga anda?	13 (15%)	76 (85%)
6	Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda meminta pendapat keluarga anda?	18 (20%)	71 (80%)
7	Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda memperhatikan kegunaan jilbab tersebut setelah anda tidak lagi menjadi mahasiswi?	26 (29%)	63 (71%)
8	Apakah anda memakai jilbab (busana dan kerudung) yang sedang <i>trend</i> untuk menunjukan bahwa anda mahasiswi yang <i>fashionable</i> ?	40 (45%)	49 (55%)
	<b>Faktor pribadi</b>		
9	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) untuk menyesuaikan usia anda?	68(76%)	21 (24%)
10	Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda memperhatikan kegunaan jilbab tersebut setelah anda sudah tua?	11 (12%)	78 (88%)
11	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena menyesuaikan dengan pekerjaan anda?	17 (19%)	72 (81%)
12	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena menyesuaikan dengan kegiatan dan aktivitas anda?	40 (45%)	49 (55%)

13	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) dengan harga yang sesuai dengan uang saku anda?	62 (70%)	27 (30%)
14	Apakah anda pernah meminjam uang kepada orang lain karena uang anda untuk membeli jilbab (busana dan kerudung) tidak cukup?	74 (83%)	15 (17%)
15	Apakah berbelanja jilbab (busana dan kerudung) menjadi salah satu hobi anda?	68 (76%)	21 (24%)
16	Apakah anda suka membeli jilbab (busana dan kerudung) yang mahal?	22 (25%)	67 (75%)
17	Sebelum membeli jilbab (busana dan kerudung), apakah anda mempertimbangkan dulu apakah jilbab tersebut sesuai atau dapat diaplikasikan pada diri anda?	87 (98%)	2 (2%)
18	Apakah anda merasa lebih percaya diri jika menggunakan jilbab (busana dan kerudung) yang sedang <i>trend</i> ?	83 (93%)	5 (7%)
	<b>Faktor psikologis</b>		
19	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) baru karena ingin terlihat lebih menarik?	76 (85%)	13 (15%)
20	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena tidak ingin ketinggalan zaman/kuno?	73 (82%)	16 (18%)
21	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena melihat promosi di media massa cetak maupun online (majalah, instagram, facebook, dll) ?	87 (98%)	2 (2%)
22	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) baru karena bentuk, warna, dan motifnya menarik meskipun tidak terlalu anda butuhkan?	76 (85%)	13 (15%)
23	Apakah anda suka membeli jilbab (busana dan kerudung) yang bermerek terkenal?	18 (20%)	71 (80%)
24	Apakah anda membeli jilbab (busana dan kerudung) karena percaya bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya?	78 (88%)	11 (12%)